CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS

LETÍCIA CRUZ MIRANDA

“NÃO CONTAVAM COM A MINHA ASTÚCIA”: UMA ANÁLISE DOS SUCESSOS DE CHESPIRITO NO BRASIL

BRASÍLIA
2018

LETÍCIA CRUZ MIRANDA

“NÃO CONTAVAM COM A MINHA ASTÚCIA”: UMA ANÁLISE DOS SUCESSOS DE CHESPIRITO NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao como requisito para obtenção do grau de bacharel em comunicação social pela Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), orientado pela professora Flor Marlene.

BRASÍLIA

2018

LETÍCIA CRUZ MIRANDA

“NÃO CONTAVAM COM A MINHA ASTÚCIA”: UMA ANÁLISE DOS SUCESSOS DE CHESPIRITO NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao como requisito para obtenção do grau de bacharel em comunicação social pela Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), orientado pela professora Flor Marlene.

BRASÍLIA, 00 DE JUNHO DE 2018.

BANCA EXAMINADORA

_____

PROFA. FLOR MARLENE LOPES

ORIENTADORA

_____

PROF.

EXAMINADOR

_____

PROF.

EXAMINADOR

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a todos que estiveram comigo e me incentivaram de alguma forma, e a seguir em frente durante esse período do meu TCC. Em especial a minha orientadora Flor, por ter “toda a paciência comigo”, além da dedicação e agradáveis conversas. A meus pais Léo e Gláucia, por serem a base de todo o apoio em cada etapa na minha vida, e especialmente a minha mãe, que era a pessoa que sempre sentava pra assistir Chaves comigo lá pros meus quatro anos de idade, dando início a todo esse carinho desenvolvido por tudo que envolve o universo CH. Minhas avós Elcina e Jandira, sem vocês eu não seria absolutamente nada. Muito obrigada por sempre me acolherem e sempre fazerem eu me sentir querida. As minhas amigas Bianca e Bruna, que a 15 anos vem sendo minhas companheiras para todas as horas, principalmente nos momentos de stress e me sempre me incentivaram a continuar trabalhando. A toda a equipe do Fórum Chaves, que sem hesitar me ajudou em tudo o que me foi necessário, assim sendo fundamental para toda a minha pesquisa, e pra todas as 2.660 pessoas que não só responderam o meu questionário, como também me desejaram sorte nessa jornada. E por último, mas não menos importante, agradeço a Roberto Gómez Bolaños, pelo sucesso das séries e por fazer parte da minha vida. ¡Gracias por siempre!

"O que ri por último é o que mais
demora pra entender a piada."
Chapolin Colorado

RESUMO

Este trabalho busca elucidar as razões que tornam os seriados Chaves e Chapolin Colorado um sucesso que continua a se prolongar por mais de três décadas entre diversos tipos de públicos. Foi realizada uma síntese englobando os possíveis motivos pelos quais os seriados ainda geram audiência, isto devido à permanência na grade horária do canal SBT até os dias de hoje e os motivos que resultam em tamanha fidelidade do seu público por quase meio século. A análise contou com uma pesquisa quantitativa em forma de questionário para telespectadores de diversas idades, mostrando que, apesar de se tratarem de dois programas destinados ao público infantil, eles são majoritariamente consumidos pelo público adulto. As tramas dos seriados baseiam-se em situações cotidianas em quase todos os episódios, e tem como estrutura a introdução do problema, o desenvolvimento e a resolução. A série carrega consigo motivos compreensíveis para a identificação do público e, por conseguinte, a longevidade de seu sucesso, estes que serão aqui demonstrados.

Palavras-Chaves: Chaves. Chapolin Colorado. Televisão. Audiência.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 9
1.1 TEMA 11
1.2 OBJETO 11
1.3 OBJETIVO GERAL 12
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 12
1.5 JUSTIFICATIVA 13
2 REFERENCIAL TEÓRICO 14
2.1 CULTURA DE MASSA 14
2.2 LINGUAGEM AUDIO VISUAL 17
2.3 TELEVISÃO 19
2.4 AUDIÊNCIA 20
3 "SIGAM ME OS BONS!": A HISTÓRIA DE CHESPIRITO 23
3.1 CHAPOLIN COLORADO – O INÍCIO 25
3.2 CHAVES – O INÍCIO 26
4 "FOI SEM QUERER QUERENDO": A CHEGADA AO BRASIL E O FENÔMENO DA MARCA 28
5 "NINGUÉM TEM PACIÊNCIA COMIGO": A TIPOLOGIA DOS PERSONAGENS 31
5.1 OS PERSONAGENS DE CHAVES 32
5.1.1 Chaves (Roberto Gómez Bolaños) 32
5.1.1.1 Características e Bordões 34
5.1.2 Chiquinha (Maria Antonieta de Las Nieves) 34
5.1.2.1 Características e Bordões 35
5.1.3 Quico (Carlos Villagrán) 36
5.1.3.1 Características e Bordões 37
5.1.4 Seu Madruga (Ramón Valdés) 38
5.1.4.1 Características e Bordões 40
5.1.5 Dona Florinda (Florinda Meza) 41
5.1.5.1 Características e Bordões 42
5.1.6 Professor Girafales (Rubén Aguirre) 43
5.1.6.1 Características e Bordões 44
5.1.7 Dona Clotilde (Angelines Fernandez) 45
5.1.7.1 Características e Bordões 46
5.1.8 Senhor Barriga (Édgar Vivar) 46

5.1.8.1 Características e Bordões 47
5.1.9 Nhonho (Édgar Vivar) 48
5.1.9.1 Características e Bordões 49
5.1.10 Pópis (Florinda Meza) 49
5.2 OS PERSONAGENS DE CHAPOLIN COLORADO 50
5.2.1 Chapolin Colorado (Roberto Gómez Bolaños) 50
5.2.1.1 Características e Bordões 51
5.2.2 Super Sam (Ramón Valdéz) 52
5.2.2.1 Características e Bordões 53
5.2.3 Os Vilões de Chapolin Colorado 54
6 "TERIA SIDO MELHOR IR VER O FILME DO PELÉ!": ANÁLISE DO SUCESSO E AUDIÊNCIA 55
6.1 O FENÔMENO NO BRASIL 55
6.2 A AUDIÊNCIA 56
7 METODOLOGIA 61
7.1 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO 64
8 CONCLUSÃO 73
REFERÊNCIAS 75

1 INTRODUÇÃO

É significativo apontar que a televisão não foi uma invenção de somente uma pessoa. Inventores puderam aperfeiçoar diversas criações de outros inventores até se chegar no que temos conhecimento hoje em dia, ou seja, a televisão propriamente dita. Ao longo dos tempos, a televisão se tornou essencial se tornando um meio de comunicação da sociedade contemporânea. Squirra (1995, p. 38) se refere como “inegável o papel da televisão como dinamizador cultural, formador de opinião, difusor do conhecimento e, obviamente, de entretenimento”.

> “A televisão é um elemento importante da vida cotidiana, é um fluxo que tem presença determinante; ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou de trabalhar. Atualmente, representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum eletrodoméstico, mas a televisão é indispensável." (ALVARADO, 1992, p. 110-111).

As imagens de os movimentos sonorizados da televisão possuem um imenso grau de realidade. Qualquer objeto ou ser humano projetado na tela está sendo visto e não lido ou apenas ouvido, o que resulta numa maior proximidade das imagens projetadas com a oralidade em si, tornando-as às vezes mais fortes do que um texto. Nestes casos, os maiores impactados são os telespectadores analfabetos e semi-analfabetos, por se tratarem de pessoas alfabetizadas de maneira instrumental, vivendo submersas num universo da comunicação de massa.

Sendo assim, a televisão sendo vista como um meio de comunicação de massa obtém informações no formato de imagem-som e com isso mantém um vínculo muito forte com o universo da oralidade. A imagem-som é considerada uma reprodução real de tudo o que lhe é apresentado, visto que aparece visualmente de maneira real, em que se pode ver sua forma, cor, movimento e som. Isso faz com que as imagens-sons sejam distintas da palavra, a qual todos escutam semelhantemente, porém cada um entende de acordo com a sua inteligência particular. Com isso, pessoas que são acostumadas a entender e visualizar palavras oralizadas, inteligência verbal e etc, atualmente são

obrigadas a concordar com uma inteligibilidade distinta, necessária para a sua vida educacional e cultural para com a sociedade em que se integra.

No que se refere a conteúdo, um dos maiores objetivos da televisão como um todo é captar a atenção da maior quantidade possível de público, por isso a TV é responsável por produzir textos em série, ou seja, programas que são consumidos por milhões de pessoas. Entre eles existem filmes, programas de entrevistas, de auditórios, culinários, jornalísticos, esportivos, "*realities shows*" e principalmente as telenovelas.

Quando se fala em ficção televisiva, logo se pensa nas novelas. A telenovela nada mais é do que uma história contada através de imagens televisivas. Ela se baseia em grupos de personagens e apresenta diversos conflitos, podendo ser resolvidos provisoriamente e outros que se resolvem somente no final da trama.

As novelas são sujeitas ao julgamento do público e da crítica. Ao longo das tramas, por várias vezes a história pode sofrer mudanças, geralmente quando as opiniões públicas interferem no que foi redigido na sinopse previamente. O conflito principal de uma telenovela é aquele que sustenta a trama. A trama é considerada como a parte mais característica da novela. É como ocorre a formação do conflito principal e várias histórias paralelas, interligadas a primeira que ocorrem ao decorrer da obra. Por sua vez, as histórias paralelas possuem um tom menos denso e às vezes até cômico, na intenção de amenizar o teor dramático e dar mais complexidade para a trama em si. Deste modo, é proporcionado ao telespectador uma espécie de "respiro" do ambiente pesado apresentado pela trama principal.

No Brasil, especificamente, se referir a televisão é se referir a uma programação destinada a um público bastante eclético, com origens, gostos, culturas, anseios e costumes divergentes. Sendo assim, existem várias emissoras de TV, e cada uma produz e destina a sua programação para públicos distintos. Vale ressaltar o caso da TV a cabo, que por sua vez promove ainda mais a segmentação do público devido a programação que oferece ao consumidor.

Apesar do sucesso dos programas nacionais e do fato de que o Brasil é reconhecido como um dos maiores produtores/exportadores de telenovelas (GUINESS WORLD RECORDS, 2005, p. 40) devido à sua criatividade e

competência no meio televisivo nos dias de hoje, a algumas décadas atrás não era exatamente assim. Com a chegada dos aparelhos de televisão ao Brasil e depois de serem necessários quase 20 anos para a adaptação ao público, além do barateamento dos aparelhos para que se tornasse de fato um tipo de veículo em massa no nosso país, as emissoras começaram a engatinhar rumo à consolidação midiática. Porém, as estratégias comerciais sempre estiveram presentes. Um exemplo disso era a recém-inaugurada TVS, como assim era intitulada a emissora do empresário Silvio Santos, que em meio a uma contenção de gastos apostou na compra de programas de outros países, incluindo o México. (BRAUNE; RIXA, 2000, p. 12) Dentre as inúmeras telenovelas, havia neste meio também seriados, como “Chaves” e “Chapolin Colorado”, as quais serão objetos de estudo nesta pesquisa.

As tramas dos seriados baseiam-se em situações cotidianas em quase todos os episódios, e tem como estrutura a introdução do problema, o desenvolvimento e a resolução. No caso de “Chapolin Colorado”, Chespirito partiu da ideia de satirizar os heróis norte-americanos e seus superpoderes, além de fazer uma crítica social com relação à América-Latina. Chapolin é considerado pelo criador como um herói "sem dinheiro, sem recursos, sem inventos sensacionais, débil e tonto". O "Polegar Vermelho", como assim também era chamado, surgiu devida a necessidade da população da América Latina de se ter um super-herói local.

1.1 Tema

“Não contavam com a minha astúcia”: Uma análise dos sucessos de Chespirito No Brasil.

1.2 Objeto

O formato escolhido se trata de uma monografia, e os assuntos a serem objetos de estudo serão as obras de Roberto Gómez Bolaños, intituladas “Chaves” e “Chapolin Colorado”, incluindo seus enredos, a tipologia dos personagens, análises de audiência, os fatores responsáveis pela marca milionária que carrega o nome de Chespirito e uma síntese sobre o sucesso absoluto no Brasil, incluindo a história da chegada dos seriados à televisão brasileira e análises de audiência. As questões a serem debatidas nesta monografia englobam os motivos pelos quais “Chaves” e “Chapolin” geram audiência, devido à permanência na grade horária do canal SBT até os dias de hoje e os motivos que resultam em tamanha fidelidade do seu público por quase meio século.

1.3 Objetivo Geral

O objetivo desta monografia é Investigar as causas de seu sucesso atemporal, e os motivos resultantes da fidelidade de sua audiência, sintetizar os dois seriados criados por Chespirito, norteados pelas características que induzem o telespectador não infantil a se interessar pelo seu conteúdo, e realizar uma análise a partir do levantamento dos componentes potencialmente atraentes à diferentes tipos de público, tendo como embasamento bibliografias relacionadas aos seriados e associações com diversos estudos, pertinentes à questão em foco por meio de uma monografia teórico-bibliográfica.

1.4 Objetivos Específicos

- Investigar os motivos que levam as obras de Chespirito a caírem no gosto do público.
- Analisar a audiência dos sucessos do autor.
- Descobrir o seu perfil de público.
- Elaborar construções teóricas baseadas em diversos autores.
- Extrair dados e informações reais por meio de um questionário.

- Descobrir os motivos para a identificação dos espectadores com os personagens da série.

1.5 Justificativa

A importância em analisar um seriado da televisão aberta está em analisar a fórmula do sucesso atemporal criado por Chespirito, tendo em vista as inúmeras adversidades que seriam motivos plausíveis para ambos os programas caírem no esquecimento: A repetição dos episódios por quase meio século, o fato de possuir um conteúdo amplamente voltado ao público infantil e a produção precária com relação à parte técnica e cenográfica, além dos motivos que resultam no interesse vindo do telespectador não-infantil a se interessar pelo seu conteúdo, tendo como embasamento bibliografias relacionadas aos seriados, pesquisas de audiência dos programas ao longos das décadas e associações com estudos, pertinentes à questão em foco por meio de uma pesquisa teórico-bibliográfica. Além da pesquisa de audiência durante os anos e seu perfil de público, de acordo com o conteúdo ministrado durante o curso.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Cultura de Massa

A cultura de massa ou “*mass culture”*, “*pop culture”*, entre outras denominações, pode vir a ser surpreendente se observarmos a magnitude de sua complexidade e sua alta capacidade de abranger, transformar, e redefinir outras culturas. Santos (2000, p. 28) relata que o significado corrente do termo, ou “cultura para o consumo de massa”, originou-se nos Estados Unidos e foi estabelecido no período após a Segunda Guerra Mundial, onde, até então, o termo remetia à "cultura popular" ou a educação e cultura das classes mais baixas. Na contra corrente encontra-se a cultura local ou a “cultura popular”, berço de muitas singularidades e diversidades, a cultura local remete-nos às regionalidades com suas respectivas diferenciações ambientais, culturais, econômicas e política, produzindo uma riqueza de conhecimentos e sabedorias imensuráveis à percepção do leigo e despercebido indivíduo alienado pela cultura de massa.

A contextualização da cultura de massa tem como base um conjunto informal de ideias, atitudes, símbolos, mitos, técnicas e toda uma mistura de valores culturais e morais, preferidos e adotados por uma geração que permanece consumindo os produtos da indústria cultural e “*mainstream”*, a realização para a insaciável procura da sociedade por conforto, prazer e bem-estar (*MARANGON, 2013 p. 36*). Tomando como exemplo na cultura “ocidental” de massa, onde toda produção artística digna de valor se transforma em mercadoria e acaba por ser explorada unicamente pelo viés econômico. Assim como as relações humanas, o ambiente natural e todo espaço constituído em si, todos são considerados vítimas dessa forma escrupulosa de reprodução social imposta e garantida pela ideologia insidiosa do consumo exacerbado, que representa unicamente o interesse do grande capital em manter uma organização funcionalista e industrializada da sociedade, devidamente estruturada para a manutenção da lógica capitalista de produção.

Segundo Martín-Barbero (1997), a cultura de massa é dada como a primeira a possibilitar a comunicação entre as diferentes esferas da

sociedade, assim completando que seria impossível uma sociedade que chegue a uma completa unidade cultural, resultando num ponto importante, que haja circulação. Em sua análise, Martín-Barbero também analisa as obras de Edgar Morín (1997, p.80), redefinindo o seu sentido e relatando que ele desenvolve a análise de cultura de massa em duas direções distintas: a estrutura semântica, que por sua vez seria um “campo de operações de significação e significações arquetípicas”, e os modos de inscrição no cotidiano. O avanço neste primeiro aspecto consiste em uma descrição da operação de sentido que constitui o dispositivo básico de funcionamento da indústria cultural, que seria a fusão dos dois espaços os quais a ideologia diz manter separados, ou seja, o espaço da informação e o espaço do imaginário ficcional.

Isso acaba por implicar, por um lado, um estudo histórico das matrizes culturais e das transformações sofridas pelo campo da imprensa e da literatura, que possibilitaram a comunicação entre ambos os espaços. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 82)

Segundo Morin (1977), a cultura de massas segue as normas capitalistas e é destinada a um “aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade”. Morin considera os produtos massivos como cultura, criticando os intelectuais por julgarem a existência somente da cultura culta, que ele diz ser guiada pela estética, qualidade, criação, espiritualidade e elegância e produzida pelos intelectuais.

Umas séries de consequências são resultados da característica industrial. A criação é submetida à técnica e à burocracia, “predominando a organização racional do produto sobre a invenção” (*MORIN, 1977, p. 25*). Se analisarmos um filme, por exemplo, apesar de se começar no roteiro, ele passa pelo trabalho de muitas pessoas e com isso, por interferências burocráticas relacionadas ao custo de produção e a divulgação, o que resulta em limitar a criatividade do autor. Para Morin, essa característica vai de confronto com a necessidade humana do consumo cultural individualizado. A isso, a indústria cultural responde com maneiras que permitam algumas mudanças para dessa forma poder individualizar o produto, como atrizes e atores famosos, ou finais diferentes. “A contradição invenção-padronização é a contradição

da cultura de massa. É seu mecanismo de adaptação ao público e de adaptação do público a ela" (MORIN, 1977, p. 28).

Por ser um produto, o ideal para a cultura de massa é atingir o maior público possível. Dessa forma os programas adicionam conteúdos que os produtores julgam atingir mulheres (romances), homens (aventura) e crianças (humor), por exemplo. Com a expansão do mercado para além dos Estados Unidos, os filmes hollywoodianos passam a contar com personagens estrangeiros, como chineses e latinos (MORIN, 1977, p. 44):

> "Essa variedade é, ao mesmo tempo, uma variedade sistematizada, homogeneizada, segundo as normas comuns. O estilo simples e claro visa conferir-lhe uma inteligibilidade imediata – e essa universalidade oculta os mais diversos conteúdos." (MORIN, 1977, p. 35-36).

Existe um ponto da cultura de massa em que a diferenciação com a cultura culta – dos livros, músicas e teatro clássicos – é totalmente formal. Por exemplo, os CDs e o rádio multiplicam Bach e Beethoven, os livros de bolso tornam acessíveis obras de Shakespeare, Sartre, Camus, etc. A democratização é uma tendência da cultura de massa, mas não é a principal nem específica. (MORIN, 1977 p. 53).

A cultura industrial soma as formas e conteúdos de que se apropria. Porém, juntamente com a multiplicação pura e simples, há uma vulgarização . "A obra lenta e densa é substituída pela condensação agradável e simplificadora" (MORIN, 1977, p. 54). Os processos da vulgarização são: simplificação, modernização, maniqueização e atualização. Dessa forma, as obras da cultura culta são adaptadas à cultura de massa, para torná-las mais facilmente consumíveis.

No que se refere a parte visual, a cultura de massa também recupera o caráter da cultura pré-impressa e folclórica – da presença viva, das danças e jogos. No entanto, "ela separa fisicamente espectadores e atores" (*MORÍN, 1977 p. 62*). O público já não pode mais participar do espetáculo, a não ser pela teleparticipação.

É entendido que a cultura urbana popular conserva certos traços da cultura folclórica. Apesar de não possuir raízes em um passado distante, ela possui gírias e relações de vizinhança, o espaço público da taverna, do pub

e etc. As culturas urbana, popular e folclórica têm a intercessão de outras culturas como a nacional, a cristã, a socialista por exemplo. “Mas é a cultura industrial que desagrega efetivamente as culturas do “hic” e do “nunc”. Ela tende ao público indeterminado. Não possui raízes, mas uma implantação técnico-burocrática” (MORIN, 1977, p. 64).

Porém da mesma forma com que a cultura de massa se apropria de conteúdos da cultura culta, ela acaba por sua vez se apropriando do folclore e do popular. O processo de apropriação, todavia, é distinto: a universalização dos conteúdos. O folclore do Oeste americano, por exemplo, vira o western. O *slapstick comedy* londrino vira a comédia de O Gordo e O Magro, por exemplo, (MORÍN, 1977, p. 64).

2.2 Linguagem Audiovisual

A linguagem audiovisual é considerada como sendo uma união de códigos compartilhados que se baseiam no som e nas imagens em movimento, que atualmente, se expande em um processo de afluência de tecnologias, que resultam na tecnologia digital, guiando por diversos caminhos, sejam eles virtuais, simulatórios, interativos, hipertextuais, etc, desejando manter através de seus sistemas de signos a viabilidade de codificação e consequentemente, de sistematização pelo espectador.

“A linguagem audiovisual constrói continuamente suas características, transformando-se à medida que novas formas de captação e registro de sons e imagens vão sendo descobertos/criados.” (CÔRTES, 2003, p. 32)

Constantes progressos técnicos geram novas formas de linguagens, originadas de intercruzamentos de dois ou mais gêneros de linguagem, fazendo assim com que nossa percepção destas também se altere a cada variação. Desta forma, Jobim e Gamba Jr. *(2003)* afirmam que a linguagem, quando ligada a uma novidade tecnológica, põe o homem em situação de fascínio e risco, logo, enfatiza uma inquisição de ordem filosófica que requer uma postura crítica, porém prática. Esta última, por sua vez, se constitui no modo como renovamos e reafirmamos a nossa condição como autores deste processo e não perdemos a competência para encontrar respostas

compartilhadas entre as gerações para os novos desafios. (JOBIM; SOUZA; GAMBA JR., 2003, p. 33*).*

O valor da linguagem não se encontra somente em seu cargo como interlocutor de nossos pensamentos através da fala, mas também, por nos oferecer padrões e códigos de comunicação e representação para sucessivamente fazermos uso destes. E por sermos uma espécie complexa, acabam por serem assim também as linguagens a que nos constituem como seres simbólicos, isto é, seres de linguagem. (SANTAELLA, 2010, p. 64)

A pluralidade de símbolos e signos que vão originando-se neste sistema heterogêneo da linguagem audiovisual, por suas inúmeras tangentes de comunicação social, acionam meticulosamente em sua sintaxe, as matrizes visuais, sonoras e verbais elencadas na forma (padrões visuais característicos de cada gênero de linguagem) e no discurso, fazendo-nos imergir em um universo de “imagens técnicas”, segundo Flusser. (GERBASE, 2003, p. 70)

Averiguando por este viés, não se pode falar de linguagem audiovisual sem verificar sua origem, incorporando estética e informação para uma elucidação mais clara calcada na tríade: Linguagem – discurso — narrativa, pressupondo a produção de sentido pelo homem e para o homem. Lyotard *(2004, p. 47)* julgava a linguagem como um fenômeno pautado na experiência de troca, como um “jogo”, uma relação social produtora de um sistema discursivo. Dessa forma, sendo um jogo de linguagem traçado no embate originador do discurso. Ou ainda, pode-se determiná-la como um instrumento fundamental à mediação entre os indivíduos e o mundo, natural e socialmente falando. E esta mediação se dá por meio do discurso, considerando as ideologias e pensamentos humanos. Logo, o discurso é originalmente a forma com que usamos a linguagem, sendo ela a matéria prima necessária, e dizer que lhe dá a dimensão plástica. Mas, em um contexto de produção de sentido, a análise do discurso atua como “um instrumental técnico de compreensão analítica.” *(GAMBA JR. et al., 2009, p. 01).*

E quanto à linguagem, é o que nos direciona também a análise dos elementos da narrativa. Neste sentido, a narrativa pode servir como um gênero do discurso, nos orientando à coesão, ao nexo causal e a relação de

espaço-tempo, dando ritmo e dinâmica aos enunciados, servindo à sociedade como uma forma de contar uma história ou fato ocorrido.

2.3 Televisão

Televisão é um termo muito amplo, que se aplica a uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos: compreende desde aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais abertas ou pagas, até o que acontece nas pequenas emissoras locais de baixo alcance, ou o que é produzido por produtores independentes ou por grupos de intervenção de acesso público. (MACHADO, 2003, p. 19)

Muniz Sodré (1996, p. 30) estuda a televisão relacionada à idéia de sistema ou código, imbricada a outros dispositivos interdependentes. É um complexo institucionalizado de meios de informação tecnocultural regido pelo capital transnacional, polarizando a relação entre emissor e receptor. O autor não concebe a televisão como um dispositivo de manipulação, através do qual agiria um Big Brother. A televisão não exerce poder, mas é parte de uma teleorganização e, relacionada a isto, é chamada de "*macrotelevisão*".

Para fundamentar seu conceito de televisão, o autor faz um diálogo com M. McLuhan, em "O Monopólio da Fala". Sodré discorda dele quando afirma que a televisão não é um sistema, mas um *medium* independente, cujo poder ou influência se explicaria por sua natureza eletromagnética (efeito tecnológico), o que significaria colocar-se no interior de seu código. O mérito de McLuhan é afirmar que "o meio é a mensagem", um caminho fértil para a análise teórica e uma fórmula profética quando "a informação colocada na esfera pública da comunicação, por um gigantesco processo tecnológico e industrial, absorve e neutraliza conteúdos, dissolvendo a sociabilidade tradicional." (SODRÉ, 1996, p. 30).

Com a televisão, temos um monólogo controlável e uma representação do real (ângulo da câmera, seleção das imagens etc) que nos é imposta. Em "A Comunicação do Grotesco", Sodré afirma que "O veículo impõe ao

receptor a sua maneira especialíssima de ver o real” (SODRÉ, 1971, p. 61). O código televisivo nos limitaria a uma experiência de consumidor-dominado, aspecto este que Edgar Morin, autor com certa influência na obra de Sodré, já destacara quando analisou a cultura de massa. Para Sodré, ao ligarmos a televisão, já estaríamos fazendo parte de uma teleorganização, cujo uso do código compete ao emissor. A TV, aí, é forma social, e o meio técnico serve para manter essa relação imagem/receptor.

E no que se refere às obras de Roberto Gómez Bolaños, podemos fazer uma relação direta com a simplicidade com que lhes são relatadas as narrativas em cada episódio, bem como os cenários, os quais auxiliam o telespectador a criar um tipo de identificação, uma “ponte” com a construção dos personagens, que por sua vez é totalmente humanizada. Logo, o “menino maltrapilho”, como o personagem Chaves, se encaixou de uma forma gigante na identidade de adultos e crianças de todas as partes, personagens e situações similares à nossa realidade a nossa cultura de diversas formas, com isso o programa virou hoje ícone da cultura popular brasileira importada do México, adotada por muitos como pais que adoraria ter nascido, por influência apenas de programas de televisão.

2.4 Audiência

A audiência sempre serviu como um termo genérico nas pesquisas em Comunicação para designar um conjunto do público de um meio, com interesses e gosto específico, constituído por pessoas que habitualmente leem um jornal, ouvem
rádio, assistem televisão, um filme, ou programa multimídia.
Até meados do século XX os estudos sobre audiência focalizavam a comunicação de massa e seus efeitos. Certamente que as sociedades viviam o fenômeno da comunicação de massa como principal recurso midiático, alimentado pelas grandes guerras mundiais (particularmente a primeira guerra)

e suas necessidades de comunicação persuasiva para mobilizar e sensibilizar homens. *(DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 25).*

Como resultado destes estudos os emissores das mensagens eram concebidos como aqueles que controlavam e moldavam a opinião pública, que por sua vez, simplesmente as recebiam passivamente. A audiência, nesta perspectiva de estudo, era vista como refém de estímulos de emissores poderosos e composta por receptores passivos e inertes aos efeitos da mensagem massiva.
Logo após a primeira grande guerra novos estudos sobre a comunicação de massa, influenciados particularmente pelos estudos da psicologia, culminaram em uma perspectiva de audiência menos determinista do que a anterior. Neste momento, já era possível identificar a preocupação em considerar a audiência não apenas constituída por receptores que compartilhavam certos padrões de comportamento e cultura, mas que também recebiam a influência do seu ambiente social.

Nesta nova proposta de análise da audiência o emissor, ou melhor, os meios de comunicação de massa, começam a ceder lugar para o receptor e este a ser visto como um sujeito ativo no processo comunicativo. No final dos anos 1970 e início dos anos 1980 as Ciências da Comunicação convergiram para o estudo da audiência como ativa e seletiva frente aos conteúdos massivos. A crítica à audiência de massa foi significativa nesse período e era abordada principalmente sob duas perspectivas contraditórias: uma pluralista, na qual a sociedade era vista como um complexo de grupos e interesses em competência e que existia uma simetria entre as instituições de comunicação e a audiência, concebendo a audiência como capaz de manipular os meios segundo suas disposições e necessidades; outra, marxista, na qual a sociedade estava sujeita à dominação de classe e os meios de comunicação estariam sob o domínio de certas classes, sendo que a audiência até poderia refutar e negociar com esses conteúdos vindos das classes dominantes, mas não teria como negá-los por não ter acesso a meios de comunicação alternativos (*CURRAN, 1998, p. 65*). A audiência na perspectiva pluralista tinha acesso aos valores plurais da sociedade e poderia optar pela conformidade, acomodação ou rejeição frente aos conteúdos veiculados. A perspectiva marxista compreendia os meios de

comunicação como baseados nos valores das classes dominantes da sociedade, e que perpetuavam em referência aos outros grupos sociais, descrições estereotipadas e enganadoras que reforçavam as normas políticas e sociais dominantes.

Nesse contexto de preocupação com o público, a comunidade, o receptor ou a audiência, os estudos culturais tiveram início na Inglaterra a partir de 1964 na Universidade de Birmingham e dentre os seus primeiros membros, contavam-se Richard Hoggart, Stuart Hall, Raymond Williams e Edward Thompson, tendo como objetivo estudar as formas, práticas e instituições culturais que eram, à época, desclassificadas, como a cultura popular, a cultura operária, o feminismo etc. O foco desses estudos recaía sobre o uso que as pessoas faziam dos meios, destacando a diversidade de interpretações e a capacidade de resistência dos diferentes públicos. (RODRIGUES, 2000, p. 46).

3 “SIGAM-ME OS BONS!”: A HISTÓRIA DE CHESPIRITO

A história começa a tomar forma em meados dos anos 50, quando Roberto Goméz Bolaños, Filho da secretária bilíngue Elsa Bolaños Cacho e do pintor, cartunista e ilustrador Francisco Gómez Linares, começou sua carreira como escritor criativo através do rádio e televisão, o que acabou ocorrendo por acaso, visto que após conseguir seu primeiro emprego em uma agência de publicidade, Bolaños, que por sua vez desejava o cargo de aprendiz de produção, acabou entrando no cargo de aprendiz de redação devido a menor concorrência na empresa, relata Castanhari (2016).

Bolaños primeiramente escrevia roteiros para propagandas e jingles, resultando no interesse dos diretores e clientes importantes de agências conhecidas no México, foi assim que passou a escrever roteiros para os programas “*Cómicos y Canciones*” e para a dupla de comediantes "*Viruta e Capulina*" (Marco Antonio Campos e Gaspar Henaine). Com o sucesso desses quadros, Castanhari (2016) narra que Bolaños começou a escrever roteiros de comédia para outros comediantes, dentre eles o roteiro para o filme “Vagabundo y Millonario”, estrelado pelo comediante Tin Tan (Gérman Valdés), além de “¡En Peligro de Muerte!”, que teve a participação do irmão de Tin Tan, Ramón Valdés e que por coincidência se tornaria a ser seu companheiro em trabalhos futuros. Outra coincidência também é a participação de Angelines Fernández no filme “Un Novio para Dos Hermanas”, que também foi escrito por Chespirito e que também seria sua companheira de trabalho anos depois.

Ele começou a se apresentar como ator no cinema em 1960, no filme “*Dos Locos En Encena*”. No entanto, tanto no cinema quanto na televisão, Chespirito sempre atuava em pequenos papéis, continuando a dedicar a maior parte de seu tempo a escrever, assim contribuindo para o diálogo de scripts e filmes de televisão mexicana. Porém, no final de 1968, ambos os programas chegaram ao fim, encerrando também o seu emprego na emissora, mas devido ao sucesso, logo Chespirito havia sido contratado pela emissora *Televisión Independiente de México*, quando o produtor Sergio Peña ofereceu-lhe um espaço no programa “*Sábados de la Fortuna*”, não só como roteirista, mas também como ator de seus próprios quadros. Seriam duas ou três intervenções de oito a dez minutos cada,

todos os sábados. Bolaños criou, então, dois quadros: “*Los Supergenios de la Mesa Cuadrada*” e “*El Ciudadano Gómez*”. Ao lado de Chespirito, contracenavam Ramón Valdés, Rubén Aguirre e María Antonieta de las Nieves, que mais tarde também viriam a contracenar com ele em trabalhos futuros. (CASTANHARI, 2016)

Kaschener (2006, p. 34) lembra que "*Chespirito*" é a forma diminutiva e “castelhanizada” do vocábulo inglês “*Shakespeare*”. Tal apelido foi dado a Bolaños pelo diretor de cinema Agustín P. Delgado, que o considerava um pequeno William Shakespeare, devido a sua baixa estatura e a sua capacidade de escrever histórias tão prolíficas e versáteis quanto o autor inglês. Roberto ganhou este apelido quando escreveu o roteiro para o filme “*Los Legionarios*”, primeiro filme em que Chespirito trabalhou como roteirista.

Em 1970, a emissora *Televisión Independiente de México* resolve aumentar para uma hora o tempo de exibição dos projetos de Bolaños, que teria, agora, um programa só seu. Os quadros foram unificados e criou-se “*Chespirotadas*”, que era exibido às segundas-feiras em horário nobre, e incluía diferentes esquetes de humor. Foi então que nasceu o “*Chapolin Colorado*”. O herói foi bem aceito e ofuscou o maior sucesso de Bolaños até então, “*Los Supergenios de la mesa cuadrada*”, e ganhou espaço próprio. Os estilos de humor dos dois programas eram bem diferentes: "*Los Supergenios*" fazia piada em cima de notícias do dia-a-dia. O herói pela sua fama, foi vendido a empresa de hipermídia (*DC Comics* do México) em 1975, e foi ficando cada vez mais famoso no Norte e Sul Americano. Lidava com o factual e muitas vezes se referia a questões políticas. Tinha, portanto, um humor datado, além de ser um programa eminentemente adulto. Chapolin, ao contrário, não tinha piadas datadas, o que permitiu que o programa durasse muito tempo. Possuía um humor abrangente e, assim, mais comercial. (CASTANHARI, 2016)

3.1 Chapolin Colorado - A Origem

Chespirito tinha feito o personagem para que outros atores o interpretassem como um filme, e que rapidamente foi rejeitado devido as suas características, o que o fez abandonar a ideia e o fazendo como um quadro em seu programa, dando vida ao personagem. (MORENO, 2011). O seriado tinha apenas o protagonista como personagem fixo, mas possuía alguns personagens que frequentemente apareciam em episódios, como os vilões “Quase Nada”, “Tripa Seca”, “Rasga Bucho”, entre outros.

No que se refere a concepção do personagem, quanto a confecção do uniforme, só haviam quatro cores de tecido na emissora: Azul, preto, branco e vermelho. Preto não era interessante porque, para Chespirito, dava a impressão de luto. Branco também era ruim para a televisão, por ser uma cor muito clara, que refletia no vídeo analógico da época. Azul inviabilizava o uso do *chroma key*, recurso técnico de filmagem que Chespirito planejava usar. Optou-se, então, pelo vermelho, não porque contivesse algum significado especial, mas por simples eliminação. E surgiu o "colorado" do nome do personagem. Bolaños até chegou a cogitar o nome "*El Chapulín Justiciero*", mas logo percebeu a carga moral que esse nome trazia. Como a intenção não era política e sim cômica, "Colorado" foi o escolhido. Baseado na cor escolhida, Bolaños teve a ideia de fazer do super-herói um gafanhoto. Isso porque, no México, há uma espécie de gafanhoto vermelho conhecido como “*chapulín*”, que é usado na alimentação. A palavra “*chapulín*” vem do *náuatle*, língua dos astecas, e significa grilo, gafanhoto. Em se tratando de super-heróis, é comum que tenham estampada em seus uniformes a primeira letra de seus nomes, mas Chapolin tem duas: CH. Entretanto no alfabeto espanhol foi considerado (até 1994) uma única letra (che), mesmo que seja escrita com dois caracteres. Os nomes de todos os personagens de Roberto Gómez Bolaños começam com "CH". (TV AZTECA, 2012)

3.2 Chaves - A Origem

Dois anos depois, foi criado o personagem que se tornaria o maior sucesso de Bolaños, Chaves. Ambos os personagens funcionaram tão bem que as esquetes se tornaram séries independentes de 30 minutos de duração em 1973, após o fim do Programa Chespirito. Exibido pela primeira vez no Canal 8, o roteiro veio de um esquete escrito por Chespirito, onde uma criança de oito anos discutia com um vendedor de balões em um parque (interpretado por Ramón Valdez). Bolãnos deu importância ao desenvolvimento dos personagens, aos quais foram distribuídas personalidades distintas. Desde o início, seu criador percebeu que o seriado seria destinado ao público de todas as idades, mesmo se tratando de adultos interpretando crianças.

Chaves se trata de uma comédia do gênero *Sitcom* (comédia de situação), onde são abordadas as interações de um grupo de moradores de uma vila humilde no México. O protagonista, Chaves, é um garoto órfão de oito anos que muitas vezes, enfrenta problemas com adultos, devido a mal entendimentos, distrações ou travessuras. A trama é considerada como sendo repetitiva, uma vez em que ocorrem adaptações aos diversos temas de cada episódio, porém sem causar desvio à estrutura referida. (WIKIPÉDIA. El Chavo Del Ocho, 2018) Os personagens e suas características também são responsáveis por reforçarem tais ideias pelo fato de reproduzirem aspectos temporais da sociedade sobre a visão de diferentes culturas. Este motivo é peça chave para compreender os motivos que levam a identificação do público com o seriado.

Apesar de ser mais conhecido pelos papéis de Chaves e Chapolin, Chespirito também foi autor de vários personagens, como “*Chompiras*”, “*Dr. Chapatin*”, “*Vicente Chambon*” e “*Chaparrón Bonaparte*”. Além do elenco citado anteriormente, Bolaños contratou Florinda Meza, que anteriormente participava da série de comédia “*La Media Naranja*”, por meio de Rubén Aguirre, ele também conheceu Carlos Villagrán, depois de assistir um esquete onde Villagrán interpretava um boneco ventrículo chamado “*Piloro*” e desde então, o ator inchava suas bochechas para proporcionar mais comédia em sua atuação. Bolaños comparou seu estilo humorístico com o do francês Henri Bergson e sua

filosofia da "humanização do mecânico e da mecanização do humano". Villagrán colaborou também com o característico choro do Quico, herdando da personagem Lola Mento, integrante do programa “*El Club del Chori*”. (TV AZTECA, *2012*) Nacho Brambila, amigo de Gómez Bolaños, recomendou-lhe o médico Edgar Vivar para integrar Chaves. O próprio ator disse que sua integração havia sido algo totalmente sem planos, que era fascinado por cinema e teatro, entretanto nunca pensou em estar num projeto tão grande. (THULER, 2010, p. 27)

4 “FOI SEM QUERER QUERENDO!”: A CHEGADA AO BRASIL E O FENÔMENO DA MARCA

Primeiramente, é importante ressaltar o surgimento da emissora SBT, ou TVS como era conhecida em seus primeiros anos de existência, pelo fato de ser a principal responsável pela chegada das criações de Bolaños ao Brasil. Em 14 de maio de 1976, às 21 horas, com programação contínua das 6 da tarde até a meia-noite, entrou no ar o canal “Studio Silvio Santos Cinema e Televisão Ltda.”, ou simplesmente, TVS, fundada pelo empresário e animador de televisão Silvio Santos. A emissora nasceu, em grande parte, devido aos esforços de Manuel de Nóbrega, um dos grandes amigos de Silvio Santos, que, mesmo doente, usou todo o seu carisma para ajudar o apresentador. Cinco anos depois, após uma concorrência pública feita pelo governo federal para a criação de duas novas redes de televisão, criadas a partir de concessões cassadas das extintas redes Tupi e Excelsior, surgiu a rede de televisão SBT, ou “Sistema Brasileiro de Televisão”. A rede foi fundada no mesmo dia em que o contrato de concessão foi assinado, no dia 19 de agosto de 1981, sendo que o ato foi transmitido ao vivo pela emissora, fazendo com que esse fosse o seu primeiro programa exibido.

> “Em tom emocionado, Silvio Santos disse as seguintes palavras, após a assinatura do contrato de concessão: “Peço a Deus que me dê saúde, que me ilumine e me ajude. Peço também que Ele abençoe a este país e o povo admirável e carinhoso que aqui vive.”” *(SANTOS, 2000, apud SILVA, 2000, p. 103-104).*

Na busca de programas que lhe despertassem o interesse para preencher a grade horária, Silvio Santos decidiu explorar a programação infantil, e logo comprou os direitos do programa de origem americana “Bozo” para o Brasil. O programa foi exibido pela primeira vez no ano de 1981 e logo viralizou entre as crianças. A programação com Bozo tinha duração de 8 horas, mas ainda não era o suficiente, pois o SBT precisava preencher 12 horas de programação, tempo mínimo exigido pelo Ministério das Comunicações, naquela época. *(SILVA, 2000, p 108)*

Com a baixa renda para investir na programação diária de seu canal e sendo obrigado a preencher 12 horas de programação, Kaschner (2006) afirma que o contrato com a Televisa garantiu várias horas de programação por um preço bem em conta, se comparados com os padrões televisivos daquela época. Silvio Santos então provou sua habilidade comercial, pois, de fato, as telenovelas mexicanas trouxeram excelentes índices de audiência para a emissora. A primeira delas foi "Os Ricos Também Choram", grande sucesso lembrado ainda nos dias de hoje. Souza (2004, p. 71) observa essa questão, referente à aquisição de produtos de outros países, ao afirmar que "cerca da metade dos programas são estrangeiros e cerca de 1/3 são nacionais. A produção regional é reduzidíssima (4%), e a produção local é quantitativamente pouco expressiva (14%)". No entanto, a programação só poderia ser vendida por completo, e foi aí que a criação de Chespirito teve seu primeiro contato com a televisão brasileira, porém com uma certa demora, pois os diretores da antiga TVS não acreditavam que o programa, de produção paupérrima, poderia ser um sucesso no país. (JOLY; THULER; FRANCO, 2005, p. 16).

"Ninguém acreditava que a série pudesse emplacar. Todos achavam que se tratava de um seriado brega e sem graça." *(SILVA, Arlindo. 2000 p. 40).* Mas Silvio Santos acabou acreditando no programa devido ao sucesso ganho em toda a América-Latina e o colocou no ar, perceber que o mesmo continha elementos que com certeza soariam familiares e atrativos ao público-alvo da TVS: as classes C e D. O empresário pediu tempo, pois precisava ouvir algumas opiniões e ver o produto no formato dublado, então pediu para que 10 episódios fossem dublados. Após isso foi realizada uma reunião com os diretores, na ocasião, Silvio Santos pediu que cada executivo analisasse o material em suas casas. Chegado o dia da decisão, Silvio Santos pediu a opinião de sua equipe, que deu uma resposta unânime: "Todos concordaram que a produção era péssima, que suas piadas eram fracas e que o programa seria um completo fiasco" (JOLY, et al, 2005, p. 25). Mas Silvio, sem rodeios, disse que iria investir na ideia. Todos ficaram muito surpresos.

> "Silvio viu uma vila, um garoto pobre, outro mais rico, um pouco mimado. Pouco depois, uma menina esperta e cheia de sardas e um senhor magro, de bigode e chapéu, que morava com ela. Depois chega uma dona de casa, de avental e bobes no cabelo, e uma outra de mais idade toda de azul. Tudo muito simples, pobre, humilde, e não só na produção, mas ao falar. Piadas inocentes, um mundo que parecia ter ficado para trás, mas que resistia ao tempo e estava ali. Aquilo a que eles assistiam pela primeira vez no Brasil era um episódio de "El Chavo Del Ocho", hoje o nosso Chaves. [...] Talvez o sucesso avistado por Silvio em Chaves tivesse passado despercebido a eles porque haviam

> assistido aos primeiros episódios como diretores e não como gente comum. Faltava perceber que Chaves não se tratava de uma superprodução, mas de um conjunto de personagens que conseguia apresentar um pouco do dia-a-dia. O sucesso que Silvio Santos enxergou assim que bateu os olhos no seriado não estava em supercenários brilhantes, direções artísticas ou atores que poderiam concorrer ao Oscar, mas no humor diário e compreensível a qualquer telespectador, de norte a sul, hoje ou daqui a cinquenta anos.” (JOLY et al., 2005, p. 23)

E finalmente, Chaves entrava para a programação da emissora, sendo exibido no programa infantil “Bozo” no dia 25 de agosto de 1984, com o episódio “Caçando Lagartixas”, competindo com a Rede Globo, que exibia desenhos mundialmente famosos como “*He-man*” e “*Thundercats*”. Após apenas três anos, Chaves já era o carro-chefe da programação infantil do agora SBT, ganhando com isso um horário próprio e muito prestígio na emissora, inclusive fazendo mudar o discurso dos diretores da rede que rejeitaram a série no início.

5 “NINGUÉM TEM PACIÊNCIA COMIGO!”: A TIPOLOGIA DOS PERSONAGENS

A inspiração para criar o personagem Chaves foi oriunda das diversas diferenças presentes nas favelas da América Latina. Talvez esse seja um dos maiores motivos que geram a identificação natural da parte dos países latino-americanos, resultando no estrondoso sucesso que já dura mais de décadas. Algo que cooperou nessa identificação foi o fato de ser um programa que inicialmente possuía baixo investimento. A emissora havia decidido economizar no custo dos cenários, fazendo boa parte dos objetos encontrados em cena serem produzidos com papelão e isopor. O fato é que mesmo quando a Televisa dispunha de mais recursos financeiros para produzir o cenário, o próprio Chespirito decidiu deixá-los dessa forma, visto que deixavam ainda mais cômicas as situações vividas nas séries. (*RAMIA; MORALES; GOULART, 2007, p. 28-29*)

Segundo Goulart (2007), outro ponto em comum talvez seria a impressão de amadorismo passada pelos programas, responsável por obter a simpatia e aceitação do público. O que os telespectadores sentiam enquanto assistiam aos seriados era exatamente a proximidade presente em todo o processo. Quando se dá o nome de exemplo de entretenimento às obras de Chespirito, se faz justiça a tudo o que ele representou e representa para diversas gerações de crianças, adolescentes e adultos e toda a América Latina. Com a simplicidade presente em seu humor, o carisma de seu elenco e a pura capacidade de transformar um pequeno programa em um fenômeno mundial, Chespirito deu origem a um movimento de exportação de programas mexicanos que, nas últimas décadas, vem fazendo de suas telenovelas um produto de alto valor comercial.

Outro aspecto que resulta na identificação com o seriado é a distinção entre os personagens com relação a inúmeros fatores, dentre eles a classe social, a idade, a personalidade e o fato de possuírem características verdadeiramente humanas, sendo assim, cada um reúne qualidades ou defeitos

que influenciam em pontos-chaves de determinadas histórias, assim colocando-os em um mesmo nível de importância no enredo da série.

E no que se referem às questões sociais, Chaves gera a identificação imediata da maioria de seu público por se tratar de personagens cotidianos, humanizados e sem nenhum tipo de glamourização. A situação social e econômica dos personagens retrata a realidade encontrada em inúmeras favelas da América-Latina, e o Brasil, por ser um país onde a maioria possui baixa renda, não é excludente de tal realidade. Um exemplo claro do retrato do brasileiro é visto na personalidade do personagem de Seu Madruga (Ramón Valdés), que por sua vez se encaixa no conceito do brasileiro sendo visto como um cara malandro, conceito que foi construído no início do século XX, tendo uma associação direta com as características e o modo de vida do cidadão carioca, isto é, uma pessoa que gosta de levar vantagem em determinadas situações, utiliza-se da esperteza para não trabalhar, caracterizado pela engenhosidade e sutileza, além de exigir destreza, carisma, lábia e quaisquer características que permitam a manipulação de pessoas ou resultados, de forma a obter o melhor destes, e da maneira mais fácil possível. (ESTADÃO, 2017)

5.1 Personagens Principais de Chaves

5.1.1 Chaves (Roberto Gómez Bolaños)

É um pobre garotinho órfão de oito anos de idade, chegou casualmente na vila num subúrbio do México aos cinco anos de idade e apesar de estar sempre dentro de seu barril, que diz ser apenas o seu esconderijo, Chaves mora no apartamento de número oito, segundo o próprio personagem no episódio “A Casinha do Chaves”, de 1974, fato que também faz uma ligação direta com o nome original da série que na época se passava no canal 8 (“El Chavo Del Ocho”, ou “o menino do oito”). Sua história é cheia de mistérios, mas em pouco tempo antes O personagem é distraído, atrapalhado, meio tonto, e possui em sua essência uma ingenuidade e inocência típica de uma criança, que chega a beirar o sarcasmo ou a ironia, o que sempre acaba irritando os moradores. É sempre

incompreendido por todos e também vive levando a culpa por tudo o que acontece na vila, daí um de seus principais bordões: "Ninguém tem paciência comigo". Porém, mesmo apesar das condições desfavorecidas em que se encontra, nunca deixava a alegria e a criatividade de lado, fazendo-o por muitas vezes se afastar de sua própria realidade. Ele afirma que Chaves é apenas um apelido, mas sempre é interrompido todas as vezes que está prestes a revelar seu verdadeiro nome a algum dos outros personagens da vila. Como o próprio nome da série indica, ele é o protagonista da história, porém isso não significa que as situações vivenciadas no seriado girem única e exclusivamente em torno dele, prova disso é que outros personagens, como Quico e Seu Madruga, por exemplo, fazem um sucesso igual ou superior ao de Chaves.

Uma curiosidade sobre a sua história que ficou muito tempo sem ser descoberta e que só havia sido revelada pelo próprio Chespirito (2006, p. 12) em uma de suas obras mais recentes, é que o garoto havia fugido de um orfanato no qual a mãe o havia deixado bem pequeno, já que lá não se sentia feliz. Foi então que encontrou uma "vila", e uma senhora sozinha, muito idosa, o abrigou no apartamento número 8, junto a ela. Mas logo ela faleceu e Chaves teve que ser despejado, passando a viver dentro do Barril, porém, continuava dizendo para todos que morava no apartamento oito.

Figura 1 – Chaves (Roberto Gómez Bolaños)

Fonte: https://bloginternacional.wordpress.com/2008/08/26/24-anos-de-chaves-no-brasil/

5.1.1.1 Características e Bordões

As características marcantes sobre Chaves são o seu inseparável boné, suas vestimentas gastas com o suspensório sempre preso em apenas um dos lados do ombro, botinas pretas, desamarradas e sem meias, a sua fome insaciável, sempre sonhando pelos cantos com o famoso sanduíche de presunto. Alguns de seus bordões são:

- *"Foi sem querer querendo."* (quando pedia desculpas, quase sempre que acertava algum personagem, o Senhor Barriga principalmente)
- *"Tá bom, mas não se irrite."* (também pedindo desculpas)
- *"Ninguém tem paciência comigo!"* (reclamação de quando alguém brigava com ele)
- *"Isso, isso, isso!"* (concordando com alguém, geralmente acompanhado com um movimento com os dedos)
- *"Pi pi pi pi pi pi"* (choro)

5.1.2 Chiquinha (Maria Antonieta de Las Nieves)

Filha de Seu Madruga e neta de Dona Neves, é uma garota de oito anos de idade, sardenta, baixinha, levada, esperta. Segundo Kaschner (2006, p. 54) Chiquinha além de inteligente era geniosa, irônica, manipuladora, hiperativa, travessa e brincalhona, as vezes era até meio mentirosa, pois sem com notas ruins na escola, era a mente mais esperta da vila, e com suas armações sempre se dava bem diante os outros garotos da vila. Chespirito (2006, p. 22) conta o que se sabe sobre a sua história é que sua mãe faleceu logo após o parto, seu nome completo é María Francisca Madruga, e seu apelido fora dado pelo seu pai, que segundo o episódio “O Despejo do Seu Madruga” (1977), o próprio diz que ela se parece com “Chiquinhas” (“Chilindrinas” na versão original), que seria

o nome de um pão doce salpicado de açúcar mascavo, vendido no México, além de ser uma alcunha comum no país para meninas com sardas no rosto.

Segundo Kaschner (2006, p. 50), Chiquinha além de inteligente era geniosa, irônica, manipuladora, hiperativa, travessa e brincalhona, as vezes era até mentirosa, pois sem com notas ruins na escola, era a mente mais esperta da vila, e com suas armações sempre se dava bem diante os outros garotos da vila.

A personagem se demonstrava apaixonada por Chaves, com quem diz que, um dia, acabará se casando, porém o garoto não compartilha da mesma idéia. É também muito ciumenta com relação ao pai e trata de sabotar, sempre que necessário qualquer tentativa de relacionamento amoroso. Ela também possui uma rixa pessoal com Pópis, prima do Quico, e com Paty, garota que permaneceu pouco tempo na vila, e pela qual o Chaves se apaixonou.

Figura 2 – Chiquinha (Maria Antonieta de Las Nieves)

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Chiquinha

5.1.2.1 Características e Bordões

A marca registrada da personagem juntamente com o seu choro característico, é sem dúvidas as suas sardas e seu óculos de armação grossa. Sua roupa revela muito sobre a sua personalidade: As marias-chiquinhas

desalinhadas e o casaco vermelho torcido nas costas, o que demonstram sua inquietação permanente. Alguns de seus bordões são:

- *"Sim, pois é, pois é, pois é!"* (geralmente quando tentava convencer alguém após contar uma mentira)
- "*Ué, ué, ué, ué, ué!!!*" (choro)
- *"Ai, Chaves, o que você tem de burro, você tem de burro!"* (sempre que o Chaves dizia algo absurdo)
- *"Papaizinho lindo, meu amor!"* (normalmente usado quando ela iria pedir alguma coisa)
- *"A filhinha do Madruguinha pede com licencinha!"* (geralmente quando havia chance de se meter em alguma encrenca)

5.1.3 Quico (Carlos Villagrán)

É o mais velho das crianças da vila, tendo 9 anos de idade. Quico é totalmente mimado, metido e superprotegido pela mãe, Dona Florinda, e órfão de pai, Frederico, que por sua vez seria um marinheiro que veio a falecer durante uma viagem em alto-mar segundo ela, no episódio “O Despejo do Seu Madruga” (1997). Devido a pensão recebida em resultado da morte do pai, Quico é considerado como a única criança rica da vila, os tratamentos recebidos pela mãe e por sua personalidade fútil, o personagem sempre se encontra alvo de gozação por parte de outras crianças e inquilinos da vila, além de sua completa falta de inteligência e esperteza, que o rendeu apelidos como “burro” e “tonto”. No episódio “Nasce uma Bisavó” (1979), é revelado que o nome de Dona Florinda seria "Florinda Corcuera y Villalpando, viúva de Mátalas Callando". Desta forma, de acordo com os costumes de nomeação em países Hispânicos, se deduz que o nome completo de Quico seria "Federico Mátalas Corcuera". Contudo, esse nome nunca foi usado. Porém Kaschner (2006, p. 62) conta que o nome completo de Quico seria "Federico Bardón de la Regueira". O personagem é egoísta, sempre possuía as melhores vestimentas, os melhores brinquedos e muita fartura em relação a alimentação, assim sempre contando vantagem sobre Chaves e em outros personagens, além de só os oferecerem

quando tinha algo em troca, e não aceitar ser derrotado em nenhum tipo de competição.

Em 1978, Carlos Villagrán, o intérprete de Quico decidiu sair da série após um desentendimento com Bolaños, e assim lançando a sua carreira solo. Porém, devido a uma briga judicial com o criador do personagem, ele segue com o nome “Kiko”.

Figura 3 – Quico (Carlos Villagrán)

Fonte: http://www.estrelando.com.br/nota/2017/01/17/carlos-villagran-nao-dara-mais-vida-ao-quico-de-chaves-saiba-mais-212143

5.1.3.1 Características e Bordões

Em todos os episódios, Quico foi um dos únicos personagens a não mudar nenhum detalhe do figurino, este sendo o famoso terninho de marinheiro, e sendo uma inspiração do pai, que por sua vez também era marinheiro. Exceto nos episódios especiais filmados em Acapulco, onde seus trajes variam. Assim como o restante, Quico também possui um choro característico, além de sempre se direcionar na mesma parede de tijolos da vila e chorar sobre o braço direito. Sua marca registrada são as bochechas infladas, característica singular de Carlos Villagrán. E outra característica marcante é o seu anseio constante em

ganhar uma “bola quadrada”, o que claramente comprova a sua falta de inteligência. Alguns de seus bordões são:

- *"Mamãããããe!"* (chamando a sua mãe, depois que o batem ou o desrespeitam)
- *"Sim, mamãe! Gentalha, Gentalha!"* (depois que a sua mãe o pede para ir para casa e "não se misturar com essa gentalha", ele o faz, assim empurrando o Seu Madruga em seguida)
- *"Olha Chaves, eu tenho um pirulito (ou qualquer guloseima) e não te do-ou."* (em seguida, Chaves responde: *“Grande coisa, eu tenho este refresco (ou qualquer bebida e comida) e também não vou te da-ar.”*)
- *"Você não vai com a minha cara?"* (quando o desrespeitam)
- *"Ai, cale(m)-se, cale(m)-se, cale(m)-se, você(s) me deixa(m) loooouco!"* (quando alguém fica repetindo alguma coisa ou um grupo de pessoas começam a discutir e falar ao mesmo tempo e ele se irrita; apesar de ser o "dono" da frase, ela é também repetida em algumas ocasiões por outros personagens, como Chaves e Seu Madruga)
- *"Ah-rrrrrrrrrrrrrrrrrrrr..."* (choro).

5.1.4 Seu Madruga (Ramón Valdés)

Pai de Chiquinha, Don Ramón (na versão original) está sempre sem dinheiro e com bastante dificuldade sobrevive através de pequenos bicos, troca de empregos constantemente (foram mais de 25 empregos ao longo da série, sendo eles mostrados ou citados) e assim tenta criar a filha sozinho, pois é viúvo, e apesar das dificuldades tenta passar amor e carinho mostrando-se feliz com o que tem no bolso. O personagem se trata de um homem simples, não conseguiu concluir a escola, pois desde jovem teve de trabalhar e por isso, não tem muita instrução. Embora declare que lhe faltam oportunidades, ele não procura emprego e fica em casa vadiando e deixando passar as oportunidades oferecidas, onde um desejo parece acompanhá-lo: Ganhar a vida sem precisar trabalhar. (KASCHNER, 2006 p. 67)

Devido à dita vadiagem, Seu Madruga é sempre perseguido pelo Senhor Barriga, o qual deve religiosos 14 meses de aluguel e sendo estes o principal motivo por sobreviver através de bicos, para pagar pelo menos um mês deste montante a fim de evitar o despejo. O personagem aparenta querer viver uma vida sossegada, mas seus vizinhos da vila sempre o aborrecem de tal forma que se enfurece facilmente. As crianças costumam atazaná-lo com perguntas ridículas ou brincadeiras, ocasionando em uma distribuição de pancadas, sendo quase sempre cascudos no Chaves e beliscões no Quico. E devido a isso, acaba sendo a principal vítima dos tapas e socos da Dona Florinda, que, para defender seu filho, acha que o culpado de seu choro é Seu Madruga (em alguns episódios, realmente é o culpado). Seu Madruga, por sua vez, frequentemente interfere nas brigas entre o Chaves e o Quico, defendendo o bochechudo, mesmo sabendo que a Dona Florinda raramente aceita as suas explicações.

Para Joly (2010, p. 42), Seu Madruga é o personagem mais que mais se assemelha a realidade brasileira, embora seja também um personagem comum em vários locais do planeta. Trata-se de um homem que tem pouca instrução e acaba resolvendo os seus problemas como pode.

> "Seu Madruga foi um nome inventado por nós. Eu não saberia dizer quem sugeriu, mas o Gastaldi tinha decidido inventar um nome melhor que Don Ramón e nos comunicou que seria Seu Madruga porque ele achava que tinha a cara do personagem. Escolheu-se Madruga por ele ser um cara que não gosta de trabalhar e ter uma cara meio amanhecendo, de quem virou a noite na madrugada". (SEIDL, 2007)

Figura 4 – Seu Madruga (Ramón Valdéz)

Fonte: https://www.facebook.com/chavesechapolin/posts/1286532401445799:0

5.1.4.1 Características e Bordões

Não se sabe sobre a sua verdadeira idade, visto que no episódio "A Bola de Boliche" (1978) é dito que ele tem 50 anos, porém, no episódio “O Despejo do Seu Madruga” (1977) ele afirma estar “na faixa dos 40”. É muito magro, o que lhe rende apelidos como “chimpanzé reumático”, “vassoura”, “lombriga esticada”, “pacote de osso seco”, dentre outros, e sempre veste uma calça jeans e uma camiseta preta, além de um chapéu jeans, que seria sua marca registrada. Alguns de seus bordões são:

- *“Tinha que ser o Chaves de novo!”* (depois que o Chaves o acerta de modo involuntário, quase sempre no lugar do Quico)
- Toma! (quando bate em Chaves, fazendo sempre o mesmo gesto: levantava seu chapéu e lhe dava um cascudo)
- *"Só não te dou outra por que..."* (depois que bate no Chaves e o garoto começa a chorar. Às vezes, ao fim dessa frase, ele fala algo sobre sua vozinha, que é anteriormente citada pelo Chaves, em consequência de algum fato que ocorreu após apanhar da Dona Florinda)
- *“Quê que foi, quê que foi, quê que há?”* (sempre quando ficava nervoso)

- *“É uma Barriga Sr…”* (Quando erra o nome do Seu Barriga, sempre o invertendo com alguma outra palavra)

5.1.5 Dona Florinda (Florinda Meza)

Viúva e moradora do apartamento 14, é a mãe de Quico. Fazia parte da alta sociedade, porém, após a morte do marido Frederico, teve que se mudar a contragosto para a vila. Orgulhosa, esnobe e arrogante, não aceita o local onde mora, se acha moral, econômica e socialmente superior aos outros moradores, chamando-os de “gentalha”, ainda que sua situação financeira não seja mais a mesma. Seu mau-humor e aparência envelhecida lhe rendem apelidos como “velha coroca”, “velha carcomida”, “velha briguenta”, entre outros. Já a sua personalidade irredutível só se transforma na presença do Professor Girafales, por quem é perdidamente apaixonada. Florinda normalmente ocupa um papel de antagônico ao longo dos episódios, porém, em algumas ocasiões, ela demonstra empatia por personagens com os quais normalmente tem atrito. Dona Florinda, então, poderia ser uma metáfora de Bolãnos para demonstrar que mesmo pessoas normalmente azedas podem ter sentimentos bons dentro de si.

A personagem superprotege seu filho Quico, sempre o mima e acredita cegamente em tudo o que o garoto diz ou faz. E no último ano da série, Florinda, aconselhada por Girafales, comprou o botequim da esquina, o transformando em um restaurante. Na verdade, o restaurante foi uma criação de Bolaños para dar um novo ar e uma nova função a Florinda: com a saída de Carlos Villagrán, o Quico, e Ramón Valdéz, o Seu Madruga, Florinda ficou apagada no seriado. Talvez mesmo sem querer, Florinda acabou tornando-se um pouco mais gentil nesta fase.

Figura 5 – Dona Florinda (Florinda Meza)

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Dona_Florinda

5.1.5.1 Características e Bordões

Suas marcas registradas são o avental, que demonstra que está sempre trabalhando, e os bob's que usa no cabelo, revelando sua vaidade, e durante todo o seriado apareceu sem eles apenas nos episódios "Quem baixa as calças, fica sem elas" (1974), e em "O Ano Novo Na Casa Do Seu Madruga" (1973). Alguns de seus bordões são:

- *"Tesouro/Quico"* (Quando chama o Quico)
- *"Vamos, Tesouro! Não se misture com essa gentalha!"* (quando acaba de agredir o Seu Madruga e se retira junto com seu filho)
- *"Professor Girafales! Que milagre o senhor por aqui!"* (sempre que vê o Professor Girafales, diz isso com um tom apaixonado)
- *"Não gostaria de entrar para tomar uma xícara de café?"* (às vezes, quando o Professor Girafales faz confusão ao chamá-la (ex: Dona Encanamento) Dona Florinda diz a ele: *"Não gostaria de tomar uma xícara de água?"*).

5.1.6 Professor Girafales (Rubén Aguirre)

É o pomposo, nada modesto e intelectual professor da escola onde estudam as crianças da série. Comporta-se como um verdadeiro cavalheiro além de ser bastante educado e culto, porém tem o defeito de ser prepotente e durão, e muitas vezes perde a paciência com as crianças devido à suas travessuras ou respostas absurdas. O personagem é dono de incríveis 1,95 de altura, o que lhe renderam apelidos dados pelas crianças, e reforçados no episódio “Bilhetes Trocados” (1977), como: “mestre linguiça”, “encanamento de um quilômetro”, “tobogã de salto alto”, “sabugo de milho” e etc. Girafales visita a vila sempre a procura de Dona Florinda, por quem é apaixonado. Apesar de religiosamente ser convidado por ela para tomar uma xícara de café e lhe entregar flores, ele se mostra sempre tímido em tentar uma aproximação amorosa maior com ela.

Figura 6 – Professor Girafales (Rubén Aguirre)

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Rub%C3%A9n_Aguirre

5.1.6.1 Características e Bordões

Por se tratar de um personagem secundário, o personagem não possui exatamente uma marca registrada, porém é sempre visto de terno, chapéu, um charuto e flores, sempre sendo entregues à Dona Florinda. Seus bordões são:

- *"Dona Florinda… Vim lhe trazer esse humilde presente!"* (toda vez que vem visitar Dona Florinda, sempre lhe trazendo um buquê de flores)
- *"Não seria muito incômodo?"* (após Dona Florinda lhe convidar para tomar uma xícara de café)
- *"Tá, tá, tá, tá... TÁ!!"* (quando alguém faz alguma atitude incorreta ou erra seu nome, na maioria das vezes é sempre Chaves que acaba deixando irritado)
- *"Por que causa, motivo, razão ou circunstância..."* (é o que diz quando alguém toma uma atitude radical em respeito de algo)

5.1.7 Dona Clotilde (Angelines Fernandez)

Pejorativamente conhecida como “A Bruxa do 71”, é uma aposentada que vive no apartamento 71 e é constantemente aborrecida pelas crianças da vila devido às suas vestimentas excêntricas e sua aparência envelhecida. Possui um animal de estimação chamado Satanás, ora que, no episódio “A Casa da Bruxa” (1975) aparece como sendo um gato, ora no episódio “O Cãozinho Satanás” (1979), aparece como sendo um cachorro. A personagem é tida pelas crianças como uma bruxa, pois está sempre envolvida no sumiço de algum objeto, o que é tomado pelas crianças como bruxaria, porém nunca passa de uma coincidência. No entanto, Dona Clotilde é uma senhora solitária, ou senhorita, como prefere ser chamada, possui uma boa índole e sempre trata bem as pessoas a sua volta. Apaixonada por Seu Madruga, fazendo-a suspirar de amor e para quem faz diversos tipos de comidas na esperança de conquistá-lo, apesar de não ser correspondida. Ela possui uma irmã que mora em Paris e uma sobrinha recém-nascida, como visto no episódio “Pai por Algumas Horas” (1978).

Figura 7 – Dona Clotilde (Angelines Fernandez)

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Angelines_Fern%C3%A1ndez

5.1.7.1 Características e Bordões

Sempre com um vestido azul, Dona Clotilde é sempre vista com seu excêntrico chapéu no mesmo, e os cabelos grisalhos presos num coque. Seus bordões são:

- *“Quem é bruxa? / Eu não sou nenhuma bruxa! / Chamou quem de bruxa?"* (para as crianças quando a chamam de Bruxa do 71)
- *"Boneco, simpático!"* (para seu Madruga).
- *“É você, Satanás?”* (quando está procurando seu animal de estimação).

5.1.8 Senhor Barriga (Édgar Vivar)

Pai de Nhonho, seu nome completo é Zenon Barriga y Pesado, como visto no episódio “O Velho do Saco” (1978), é o dono da vila e também o único integrante considerado rico na série. Ao longo da história é sempre dito que o personagem seria casado, porém sua esposa nunca aparece, com a justificativa que está sempre viajando a trabalho. Para economizar o salário de um possível cobrador, Sr. Barriga sempre vai pessoalmente fazer as cobranças e quase em todas as vezes é recebido por pancadas desferidas por Chaves. Assim como o seu filho Nhonho, ele é sempre ridicularizado devido ao seu sobrepeso, recebendo apelidos como “botijão com patas”, “banha esparramada”, “velho pançudo”, “almôndega”, dentre outros.

Apesar do constante mau-humor e a pose de durão, Sr Barriga é um homem simpático e de bom coração, prova disso é a relação estabelecida com Seu Madruga, que por sua vez lhe deve religiosos 14 meses de aluguel (herdados por Dona Neves), e é sempre ameaçado de ser despejado da vila. No episódio “O Despejo do Seu Madruga”, o despejo é quase concretizado, porém o personagem se compadece e o deixa permanecer em sua casa. E mesmo com as pancadas recebidas por Chaves, nunca lhe agrediu, ainda que tenha tentado assustá-lo se fantasiando de fantasma, como visto no episódio “O Fantasma da Vila” (1977), além de o levá-lo para Acapulco no episódio “Vamos Todos a

Acapulco” (1977) e de hospedar todos os integrantes em sua casa na época do natal, como visto no episódio “Os Hóspedes do Senhor Barriga” (1979).

Figura 8 – Senhor Barriga (Édgar Vivar)

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Senhor_Barriga

5.1.8.1 Características e Bordões

Senhor Barriga é considerado como o único que possui boa condição financeira e sempre vai até a vila a trabalho, logo, é sempre visto de terno, gravata, maleta e óculos. Sua marca registrada, além do sobrepeso que seria o principal motivo da gozação oriunda dos outros personagens, são os seus óculos, a careca e o bigode. Alguns de seus bordões são:

- *“Tinha que ser o Chaves de novo!"* (quando Chaves o dá uma pancada assim que ele chega à vila)
- *"Por que sempre que eu chego na vila você me recebe com uma pancada?"* (idem)
- *"Pague o aluguel!"* (dito para o Seu Madruga, com a mão em riste à cara deste)
- *"Pelo menos eu cheguei à vila sem o Chaves me receber com uma pancada!"* (quando ele chega à vila sem receber uma pancada do Chaves, pelo menos por enquanto)

5.1.9 Nhonho (Édgar Vivar)

Filho de Sr Barriga, Nhonho é um garoto de 8 anos, que assim como Quico, também provoca Chaves exibindo os seus doces. Apesar de não morar na vila, ele sempre aparece pela mesma para brincar com as crianças, e também estuda na mesma escola que elas, sendo o primeiro aluno da turma. Extremamente guloso, está sempre atrás de comida e sempre se recusa a dividi-la, e assim como o seu pai, também é ridicularizado por conta de seu sobrepeso, lhe rendendo apelidos como: “bola de praia”, “pança de boi”, baleia assassina” e etc.

Figura 9 – Nhonho (Édgar Vivar)

Fonte: https://twitter.com/forumchaves/status/461996061243215873

5.1.9.1 Características e Bordões

O personagem possui dentes salientes e é sempre visto com macacões de cores vibrantes, e pelo fato de ser rico e mimado, sempre esbanja guloseimas ou comidas na frente de seus amigos. Alguns de seus bordões são:

- “Olha ele (a), hein! Olha ele (a), hein!” (sempre que é alvo de chacota por alguma das crianças)
- “Papaaaaaaaaaaai!” (sempre que apanha ou se sente ameaçado)

5.1.10 Pópis (Florinda Meza)

Considerada como um personagem secundário, é prima de Quico e sobrinha de Dona Florinda, é mimada e de voz fanha, e está sempre acompanhada por sua boneca Serafina, além de também estudar na mesma escola que as crianças. É muito vaidosa e feminina, sempre tomando cuidado para não se sujar, porém tem características parecidas com as do primo, visto que também é tonta e egoísta. Alguns de seus bordões são:

- “Conta tudo pra sua mãe, Quico!” (quando vê Quico sendo ameaçado)
- “Presente, querido professor!” (na hora da chamada na escola).

Figura 10 – Pópis (Florinda Meza)

Fonte: http://pt-br.chaves.wikia.com/wiki/P%C3%B3pis

5.2 Personagens de Chapolin Colorado

5.2.1 Chapolin Colorado (Roberto Gómez Bolaños)

Também conhecido como “Polegar Vermelho” e “Vermelhinho”, segundo Bolaños (1975), a criação do personagem foi oriunda de uma forma de protesto, indo totalmente contra os ideais dos super-heróis norte-americanos: “foi criado para mostrar a força acovardada da América Latina”. É um herói raro por não ter as mesmas qualidades e superpoderes de outros heróis, é fraco, covarde, medroso e tonto, porém sempre consegue superar as adversidades e superar os problemas, sendo assim onde reside a sua própria grandeza como ser humano. O personagem é bastante mulherengo, jamais aceita ser menosprezado e apesar da evidente covardia, tem um grande senso de justiça, heroísmo e responsabilidade social.

Chapolin não tem as propriedades extraordinárias dos super-heróis: é tonto, desastrado e medroso. Mas também é um herói porque supera o medo e enfrenta os problemas, e é aí que estão o heroísmo e a humanidade. (KASCHNER, 2006, p.43.)

Segundo o episódio “A Forca” (1989), seus pais se chamavam "Pantaleon Colorado y Roto" (ou no português, “Calça Vermelha e Curta”), e sua mãe "Luisa Lane" (fazendo uma referência cômica com o nome “Lois Lane”, de “Superman”). Já a origem de seu nome, segundo o mesmo episódio se dá ao seu padrinho que era entomólogo, ou seja, estudava e colecionava insetos. A fim de escolher o nome que seria dado à Chapolin futuramente, ele escreveu o nome de 4 insetos em pedaços de papéis e os colocou dentro de um chapéu, pediu que sua filha, Mariposa, o sorteasse e assim saiu o nome "Chapolin" (Gafanhoto) para o batismo. Os outros três insetos eram Libélula, “Escarabajo” (Escaravelho) e “Gorgojo” (Caruncho). Portanto, o nome "Chapolin Colorado" literalmente quer dizer, em português, "Gafanhoto Vermelho", sendo seu nome completo "Chapolin Colorado Lane".

Figura 11 – Chapolin Colorado (Roberto Gómez Bolaños)

Fonte: http://pt-br.chaves.wikia.com/wiki/Chapolin_Colorado

5.2.1.1 Características e Bordões

De dentro do capuz vermelho saem duas anteninhas de vinil cujas finalidades são “detectar a presença do inimigo”, seu uniforme longo contém um escudo amarelo em formato de coração desenhado no peito com suas iniciais “CH” dentro. Caso alguém esteja correndo perigo, basta pronunciar os dizeres: “E agora? Quem poderá me defender/ajudar?" e logo ele aparece dos locais mais inusitados, sempre causando a surpresa de quem o invoca.

Suas armas e acessórios incluem as “pastilhas encolhedoras” ou “pílulas de polegarina/nanicolina” (pastillas de chiquitolina), que geralmente só são ingeridas pelo próprio Chapolin, porém fazem efeito com qualquer pessoa, como visto em episódios como: “A Ociosidade é a Mãe de um Amigo Meu” (1979), e em “Ser Pequeno Tem Sua Vantagens” (1976), este sendo inclusive, o episódio onde Chapolin visita a vila de Chaves. O efeito colateral reside em ficar reduzido a um tamanho de 20 cm durante cerca de quinze minutos. É útil para se esconder, passar por baixo de portas e ter acesso a locais antes inacessíveis. As anteninhas de vinil (antenitas de vinil), como mencionadas anteriormente, que captam os sinais de rádio do Universo, suas funções são entender e traduzir todos os idiomas do Sistema Solar e quase sempre avisam Chapolin da presença de algum inimigo.

A corneta/buzina paralisadora (chicharra paralizadora), seus efeitos consistem em paralisar algum indivíduo ou objeto, que por sua vez só volta a recuperar os movimentos quando a corneta for novamente apontada para o

mesmo, juntamente com o disparo de duas buzinas. É útil para tirar um sarro dos inimigos, colocando-os em situações hilárias. Apareceu em episódios como “Os Arruaceiros” (1972), e “A Volta da Corneta Paralisadora” (1975). A marreta biônica (chipote chillón), sempre vem às mãos do herói com um único chamado. Assim como Chapolin, a marreta aparece do nada, é só ele pensar nela. Suas utilidades consistem em dar boas marteladas nos inimigos quando ele é obrigado a usar de métodos mais "rígidos" de fazer justiça. É uma espécie de martelo com cabeça dupla simétrica de plástico vermelho e com um cabo amarelo. Já alguns dos bordões do personagem são:

- "Não contavam com minha astúcia!" (sempre que alguém se surpreendia com a sua presença).
- "Suspeitei desde o princípio!" (quando alguém lhe diz uma informação, geralmente óbvia).
- "Se aproveitam de minha nobreza." (sempre que é passado para trás)
- "Sigam-me os bons!" (suas palavras de ordem).
- "Palma, palma, não priemos cânico!" (frase dita sempre que algum personagem se desespera).

5.2.2 Super Sam (Ramón Valdéz)

O personagem simboliza a hegemonia dos países industrializados para com um mundo subdesenvolvido. Super Sam representa o paradigma do poderio norte-americano, criado com o intuito de ser uma sátira irônica aos super-heróis originados nos EUA e usa um uniforme semelhante a de Superman, famoso herói criado pela DC Comics, com direito ao conhecido símbolo no peito no centro do traje azul, e uma cartola com as cores da bandeira norte-americana, numa clara referência ao “Uncle San”, uma personificação nacional dos Estados Unidos e um dos símbolos nacionalistas mais famosos do mundo. Como nunca fora chamado para de fato ajudar alguém, suas aparições eram fruto da intromissão nas próprias ações de Chapolin, gerando até uma pequena rivalidade entre ambos. As referências históricas nos episódios do seriado

permeiam o trabalho de Roberto Gómez Bolaños, como a alusão à Guerra Fria, como visto no episódio “Livrai-nos dos metidos, Senhor” (1973), e à relação entre norte-americanos e latino-americanos, como visto no episódio “Hospedaria sem Estrelas” (1977), buscando satirizar uma época conturbada no mundo dos anos de 1960 e 1970 e a fraqueza latino-americana, em contraposição ao individualismo estadunidense.

Figura 12 – Super Sam (Ramón Valdéz)

Fonte: http://pt-br.chaves.wikia.com/wiki/Super_Sam

5.2.2.1 Características e Bordões

Assim como Doutor Chapatin, um dos inúmeros personagens criados por Chespirito, Super Sam também carrega consigo um saquinho semelhante, porém cheio de dinheiro. Na versão original, quando o personagem bate em alguém com este saquinho, o mesmo emite um som de caixa registradora. Seu bordão é: “Time is money!” (tempo é dinheiro).

5.2.3 Os Vilões de Chapolin Colorado

Como mencionado anteriormente, diferentemente do enredo de Chaves, Chapolin não possui personagens fixos, sendo cada episódio com uma história diferente da anterior. Porém, existem alguns vilões que aparecem em mais de um episódio na série, sendo eles: A quadrilha de Tripa Seca (Ramón Valdés), que incluem Quase Nada (Carlos Villagrán), Poucas Trancas (Rubén Aguirre) e Celina (Florinda Meza), aparecendo em episódios como: “O Estranho e Misterioso Caso do Morto Que Morreu” (1975), e “Não Seja Burro, Chapolin!” (1977), entre outros. Nos episódios históricos, também contém vilões como o pirata Alma Negra (Ramón Valdés), aparecendo em episódios como “Os Piratas” (1975), e Racha Cuca (idem), nos episódios passados no velho oeste em episódios como “O Poço do Racha Cuca” (1974), e também a Bruxa Baratuxa (Maria Antonieta de Las Nieves), no episódio “A Bruxa Baratuxa” (1974).

6 “TERIA SIDO MELHOR IR VER O FILME DO PELÉ”: ANÁLISE DO SUCESSO E AUDIÊNCIA

6.1.1 O fenômeno no Brasil

O veículo BBC Brasil apontou em 2015 que Bolaños foi, além de diretor, um comediante popular e, mais do que isso, um homem de negócios eficiente e sagaz, segundo especialistas. Primeiramente porque conseguiu criar um produto especial, com suas próprias características, e oferecer algo que nenhum outro programa de TV tinha. Outro elemento majoritário foi a decisão de exportar o programa a outros países da América Latina, o que elevou muito o número de telespectadores que, no ápice do programa, chegou a 91 milhões de pessoas por dia, segundo a revista Forbes. Mas o fator mais importante foi que muitas pessoas no México e na América Latina se identificaram com a vida das pessoas na vila do Chaves. As histórias dos personagens se pareciam muito com as das famílias que assistiam ao programa. O consultor Carlos Flores destaca que isso criou um vínculo que garantiu a fidelidade do público. "Como consumidores, compramos de empresas ou pessoas que compartilham nossos valores, que ofereçam histórias que sejam um reflexo do que somos", afirmou.

O programa que no decorrer das décadas lucrou milhões em várias partes do mundo em produtos e licenciamentos da marca, desde quando deixou de serem gravados em 1992, os seriados passaram a ser um dos produtos mais rentáveis da televisão. O jornalista do Jornal “O ESTADÃO” de São Paulo, em uma matéria de 2012, relatou que US$ 1,7 bilhão é o que a Televisa já faturou com cessão de direitos de exibição de ambos, sem gastar nenhum centavo na produção desde 1992, com o fim da produção das séries. Fora isso, a Televisa ainda fatura mais US$ 24 milhões por ano em licenciamento e merchandising da marca Chespirito, segundo Guedes Crespo *(2012)*. E o sucesso continua, o SBT, emissora oficial do programa no país, cobra R$ 80 mil por anúncio de 30 segundos no intervalo do Chaves. Considerando uma média de oito propagandas por episódio, o potencial de faturamento seria de até R$ 166 milhões anuais, tomando por referência o preço de tabela da emissora como base de veiculação nacional. Em

toda a América Latina, o Chaves aparece diariamente na TV por assinatura (*Cartoon Network*). Na rede aberta, cada país tem uma emissora com os direitos de exibi-lo. A maioria o faz de segunda a sexta, mas de forma intermitente: tiram o programa da grade e voltam a transmiti-lo depois de alguns meses, como fez o SBT recentemente.

Segundo Joly (2012), em 1989 foi o lançamento do LP “Chaves” pelo estúdio Maga, que continha a trilha sonora do programa, eram dez canções interpretadas pelos dubladores oficiais da série, entre ela a própria música de abertura do seriado, composta pelo próprio Chespirito e adaptadas e traduzidas para o Brasil, além de músicas produzidas aqui mesmo. O disco foi lançado pela gravadora Playgram e segundo o autor, hoje em dia é material para colecionador. No ano seguinte a editora Globo criou a revista em quadrinhos “Chapolim”, (na revista escrito com M) e Chaves. Os gibis foram às bancas de todo o país e fizeram um relativo sucesso, porém, segundo Thuler (2012), a revista se tratava apenas de uma estratégia puramente comercial, as revistas dos personagens serviram apenas para tornar a marca da editora mais conhecida, e logo outros títulos foram lançados. A marca de brinquedos Estrela, criou “A língua Maluca do Chaves”, um brinquedo em que uma espécie de língua de lagarto deveria agarrar objetos do jogo, o lagarto foi escolhido devido a um dos episódios, intitulado “O caçador de lagartixa”. Já em 1992, a marca de brinquedos Tec Toy lançou o “Mini Game do Chaves”, onde o personagem principal deveria sobreviver a inúmeros obstáculos para chegar até o portão da vila. A empresa também foi a responsável por lançar o cartucho para o videogame “*Master System*” em 1993, um dos primeiros videogames lançados no Brasil, onde dessa vez, as aventuras ficavam por conta de Chapolin x Drácula, e a sua principal missão era vencer o vilão.

6.1.2 A audiência

No ano de 2006, Chaves e sua turma viraram desenhos animado e o crescimento do sucesso do programa só aumentava, com o sucesso de audiência da atração que tinha em média de 5 a 6 pontos nos primeiros meses

de 2010, segundo Paulo Franco (2012), só aumentava a quantidade de empresas interessadas em lançar produtos com a marca do menino órfão. O sucesso ainda é tanto que em maio de 2011, Bolãnos, criou uma conta na rede social *Twitter*, e em menos de 2 meses atingiu a marca de 2.025.003 de seguidores na conta "*@ChespiritoRGB*". Em dezembro de 2013, o ator ultrapassou a marca de 5.853.254 seguidores de acordo com a sua conta oficial. Glen Valente, diretor de marketing do SBT mostra-se confiante com relação aos lucros. "O 'Chaves' se confunde com a história do SBT e é uma das marcas de maior relevância emocional para o público do País. Vamos passar a explorar mais isso", disse o executivo ao site "Meio & Mensagem" em abril de 2013, onde sua meta seria ultrapassar a marca Carrossel, lançada no ano de 2012, também no SBT.

No ar por mais de 3 décadas, os programas de Chespirito se consolidaram com relação à audiência, ainda que não batessem recorde em todas as vezes, e ainda assim chegando a serem considerados o "Super Trunfo" de Sílvio Santos no SBT, sendo que sempre que algum dos programas da grade vai mal nas pesquisas de Ibope, logo é substituído por Chaves para levantar a audiência, ou se a concorrência tem alguma grande estreia, o programa é escalado pro mesmo horário.

No ano de 2014, o SBT superou a Globo no recorde de audiência, porém por um motivo bastante dolorido para os fãs. Foi realizada a cobertura do velório de Roberto Gómez Bolaños, que havia falecido no méxico, aos 85 anos. O Domingo Legal que juntamente com o programa da Eliana exibia o velório na íntegra, chegou a obter 11 ponto no Ibope, contra 10 da Rede Globo segundo o site de notícias UOL.

Segundo o jornalista Felipe Giacomelli, da Folha de São Paulo, no ano de 2016, após ter uma diminuição significativa na grade do canal, Silvio Santos acabou voltando atrás na decisão, aumentando em 70% a audiência no horário da tarde, antes ocupado pelo programa "Fofocalizando".

E o ano de 2018 surpreendeu muitos fãs de Chespirito com uma notícia inusitada: Após ambos os seriados serem exibidos apenas no SBT desde sua estreia, a Televisa, canal mexicano que originalmente possui os direitos dos seriados, negociou cerca de 500 episódios (inclusive episódios inéditos no Brasil) com o canal a cabo Multishow, parte integrante da Globosat, que por sua

vez é uma das maiores rivais do SBT com relação a audiência. A estreia dos episódios em ordem cronológica, no dia 22 de maio, contando inclusive com o ator Édgar Vivar nos estúdios do Multishow, surpreendeu os espectadores de tal forma, que as hashtags *"#ChavesNoMultishow"* e *"#ChapolinNoMultishow"* se estabeleceram no topo dos Trending Topics do Twitter durante a exibição de ambos os programas, causando frenesi nas redes sociais.

Figura 13 – *Trending Topics* do dia 22/05/2018

Fonte: http://twitter.com

Figura 13 – Compilado de *Tweets* do dia 22 de maio de 2018

Fonte: http://twitter.com

Figura 13 – Foto postada na conta oficial de Édgar Vivar

Fonte: https://twitter.com/varedg/status/998665772439306242

Os programas de Chespirito são um sucesso até hoje devido ao diferencial apresentado pelo humor ingênuo e simples, sem apelação, o que muito se encontra na programação atual. No caso de Chaves, temos o garoto pobre e órfão, mas que não deixa de manter a alegria e esperança. O personagem acaba indo de encontro com a realidade do que se vê nas favelas latino-americanas, o que causa identificação com o público. E já em Chapolin Colorado, não vemos um herói como os encontrados nos quadrinhos de editoras como *Marvel* e *DC*, o personagem não possui a personificação de grandeza e heroísmo, é frágil, muitas vezes covarde, mas também é um herói porque supera o medo e enfrenta os problemas e é aí que estão o heroísmo e a humanidade.

7 METODOLOGIA

De acordo com Fonseca (2002, p. 27), *“methodos”* significa organização, e *“logos”*, significa estudo sistemático, pesquisa, investigação, logo, metodologia seria o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos a fim de se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência. Originalmente, dá-se pelo estudo dos caminhos, dos instrumentos utilizados para fazer uma pesquisa científica. Gerhardt (2009, p. 13) inclui a importância de diferenciar metodologia e método. Metodologia se interessa pela validade do caminho escolhido para se chegar ao fim proposto pela pesquisa, portanto, não deve ser confundida com o conteúdo (teoria), nem com os procedimentos (métodos e técnicas). Logo, a metodologia vai além da descrição dos procedimentos (métodos e técnicas a serem utilizados na pesquisa), indicando a escolha teórica realizada pelo pesquisador para abordar o objeto de estudo. Entretanto, embora não sejam a mesma coisa, teoria e método são dois termos divergentes.

Gil (2008, p. 26) define pesquisa como sendo “o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos.” A partir dessa conceituação, pode-se, portanto, definir pesquisa social como o processo que, utilizando a metodologia científica, permite a obtenção de novos conhecimentos no campo da realidade social. Realidade social é entendida aqui em sentido bastante amplo, envolvendo todos os aspectos relativos ao homem em seus múltiplos relacionamentos com outros homens e instituições sociais. Assim, o conceito de pesquisa aqui adotado aplica-se às investigações realizadas no âmbito das mais diversas ciências sociais, incluindo Sociologia, Antropologia, Ciência Política, Psicologia, Economia etc. (GIL, 2008, p 26).

As pesquisas descritivas têm como objetivo a descrição das características de determinado grupo, sua distribuição por faixa etária, gênero, nível de escolaridade, renda etc., além de exigir do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade, os estudos

descritivos podem ser criticados porque pode existir uma descrição exata dos fenômenos e dos fatos. Estes por sua vez, fogem da possibilidade de verificação através da observação. Às vezes não existe por parte do investigador um exame crítico das informações, e os resultados podem ser equivocados; e as técnicas de coleta de dados, como questionários, escalas e entrevistas, podem ser subjetivas, apenas quantificáveis, gerando imprecisão. (TRIVIÑOS, 1987, p. 112).

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Ainda segundo Fonesca (2002, p. 33), a pesquisa de campo caracteriza-se pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa (pesquisa ex-post-facto, pesquisa-ação, pesquisa participante, etc.).

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria. Assim, os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa (GOLDENBERG, 1997, p. 34).

Gerhardt (2009, p. 32) afirma que os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens. As características da pesquisa

qualitativa são: objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências.

Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente. (FONSECA, 2002, p. 20)

A pesquisa quantitativa, que tem suas raízes no pensamento positivista lógico, tende a enfatizar o raciocínio dedutivo, as regras da lógica e os atributos mensuráveis da experiência humana. Por outro lado, a pesquisa qualitativa tende a salientar os aspectos dinâmicos, holísticos e individuais da experiência humana, para apreender a totalidade no contexto daqueles que estão vivenciando o fenômeno (POLIT; BECKER; HUNGLER, 2004, p. 201).

Com relação às revisões bibliográficas, foram realizadas análises baseadas em diversos autores a fim de contribuir para com as construções teóricas. Para as pesquisas descritivas, foram utilizados recursos de embasamento teórico com diversos autores sobre assuntos relacionados direta ou indiretamente conectados com o tema proposto no trabalho. Foi realizada uma pesquisa de campo quali-quantitativa para analisar o seu perfil de público, extrair dados e informações diretamente da realidade por meio de um questionário, com a finalidade de descobrir a elucidação das razões por trás do sucesso atemporal criado por Chespirito, levando em conta a identificação do brasileiro com os

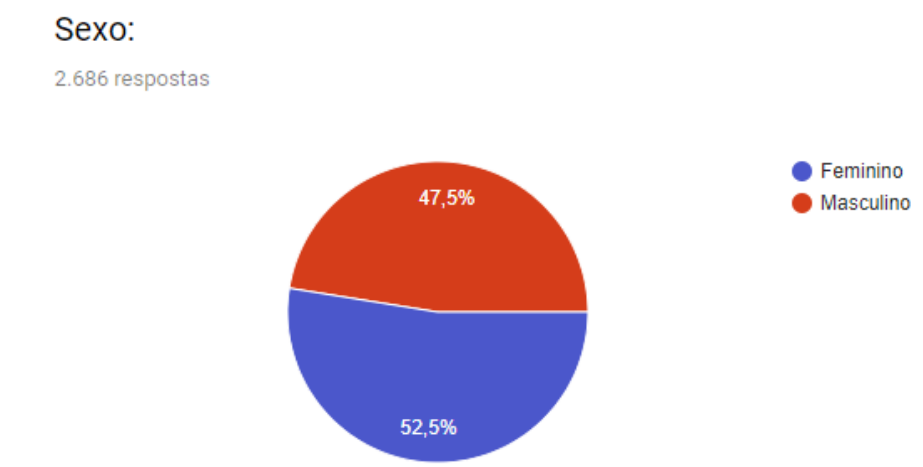
personagens e as tramas propostas por ambos os seriados, além de dados secundários, análises de audiência de ambos os programas ao longo de sua exibição até os dias atuais.

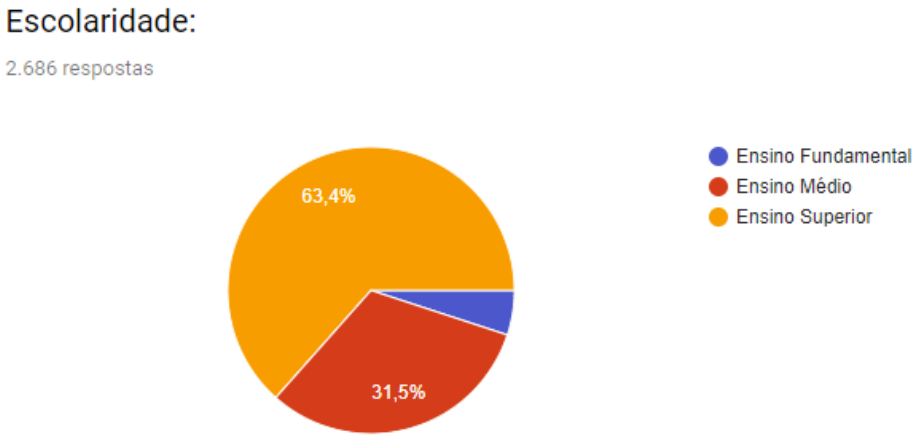
Além dos dados citados acima, foi aplicado um questionário entre os dias 22 e 29 de maio de 2018 com o apoio de divulgação do Fórum Chaves, um dos maiores fansites feitos para o Chespirito no Brasil, contendo mais de 82 mil seguidores apenas no Twitter. Foram obtidas aproximadamente 2.680 respostas de várias partes do país até a publicação desta monografia, foi realizada a divulgação online utilizando de inúmeros grupos no Facebook, Whatsapp e Twitter, e a ferramenta utilizada pela pesquisa foi o Google Forms. O objetivo foi analisar o perfil de público e avaliar a sua recepção a respeito das séries, a fim de que se pudesse chegar a uma conclusão dos motivos pelos quais as séries se tornaram tão atrativas ao público até os dias de hoje.

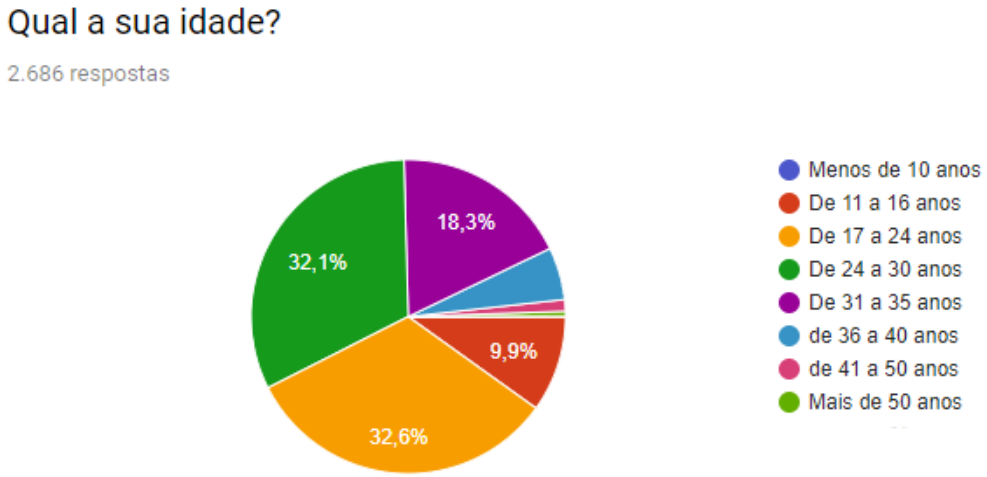
7.1 Análise do Questionário

Com a aplicação do questionário com perguntas de cunho objetivo, foi possível obter diversas opiniões a respeito da série, na tentativa de elucidar questões analisadas neste trabalho.

Gráficos 1, 2 e 3 – Elaborações do questionário.



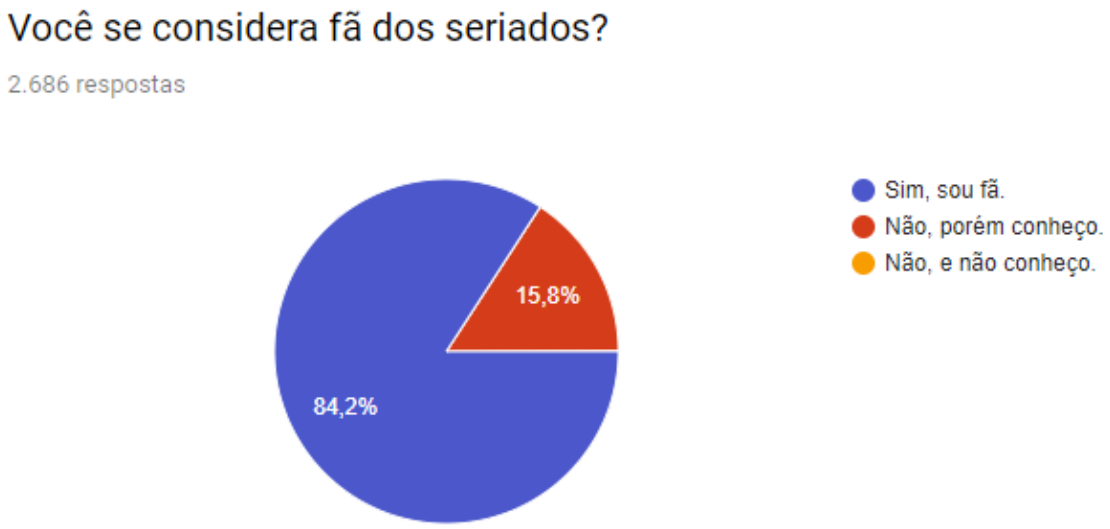


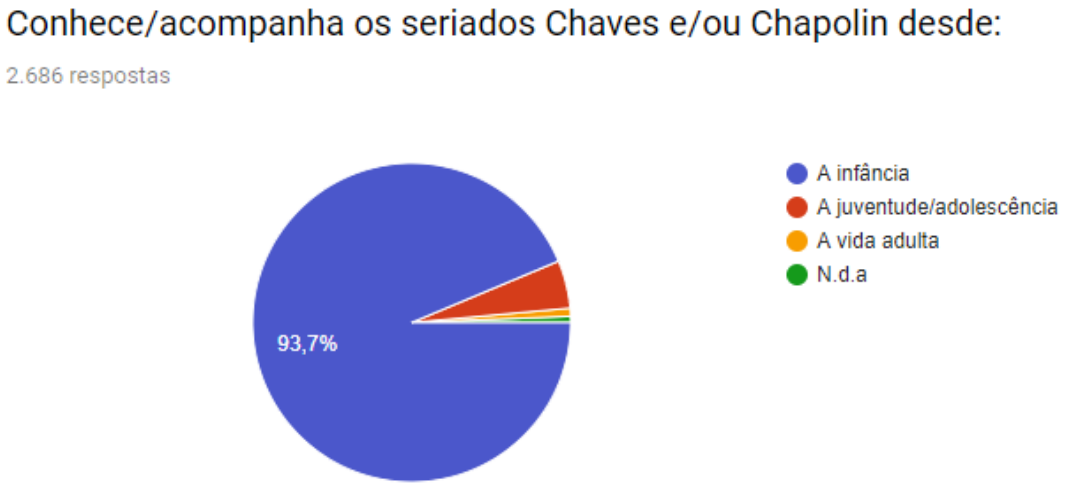


Fonte: Google Forms

Nota-se quase um equilíbrio com relação ao gênero dos entrevistados, sendo uma pequena maioria do sexo feminino (52,5%) contra 47,5% do público como sendo masculino. E a maior parte dos entrevistados, 63,4%, cursa ou já cursou o ensino superior, contra 31,5% que cursa o ensino médio e apenas 5% cursando o ensino fundamental. Já com relação a faixa etária, a maior parte dos espectadores se concentra entre 17 a 30 anos de idade (32,6% e 32,1%), seguido por 18,3% representando a faixa etária de 31 a 35 anos, enquanto os entrevistados menores de idade pertenceram a uma minoria de apenas 9,9%, o que comprova um fato incomum, visto que se tratam de seriados voltados para o público infantil, porém, possuem espectadores adultos em sua maioria.

Gráficos 4 e 5 – Elaborações do questionário.

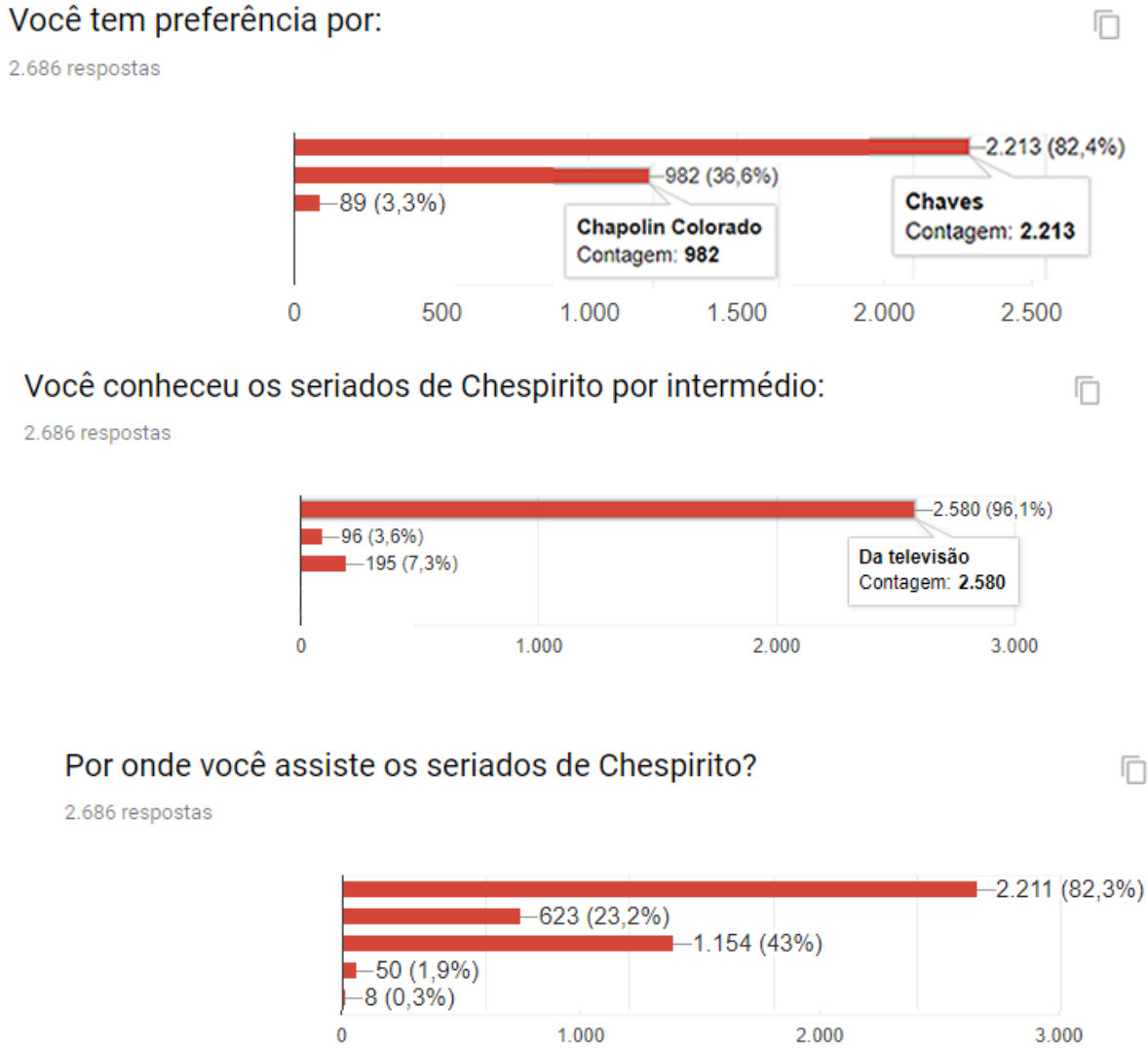




Fonte: Google Forms

Outro fato que conforma a aprovação dos entrevistados é que, dentre aproximadamente 2.680 pessoas, nenhuma delas marcou a opção “não, e não conheço”, com relação a familiaridade com os seriados. A maioria, 84,2% se declarada assumidamente fã de Chaves e Chapolin, enquanto a minoria, 15,8%, não se declara fã, mas ao menos tem conhecimento das obras de Chespirito. Já no gráfico seguinte, os espectadores declararam, majoritariamente, que acompanham as séries desde a infância, representando 93,7% contra 4% que declara ter conhecido na juventude.

Gráficos 6, 7 e 8 – Elaborações do questionário.

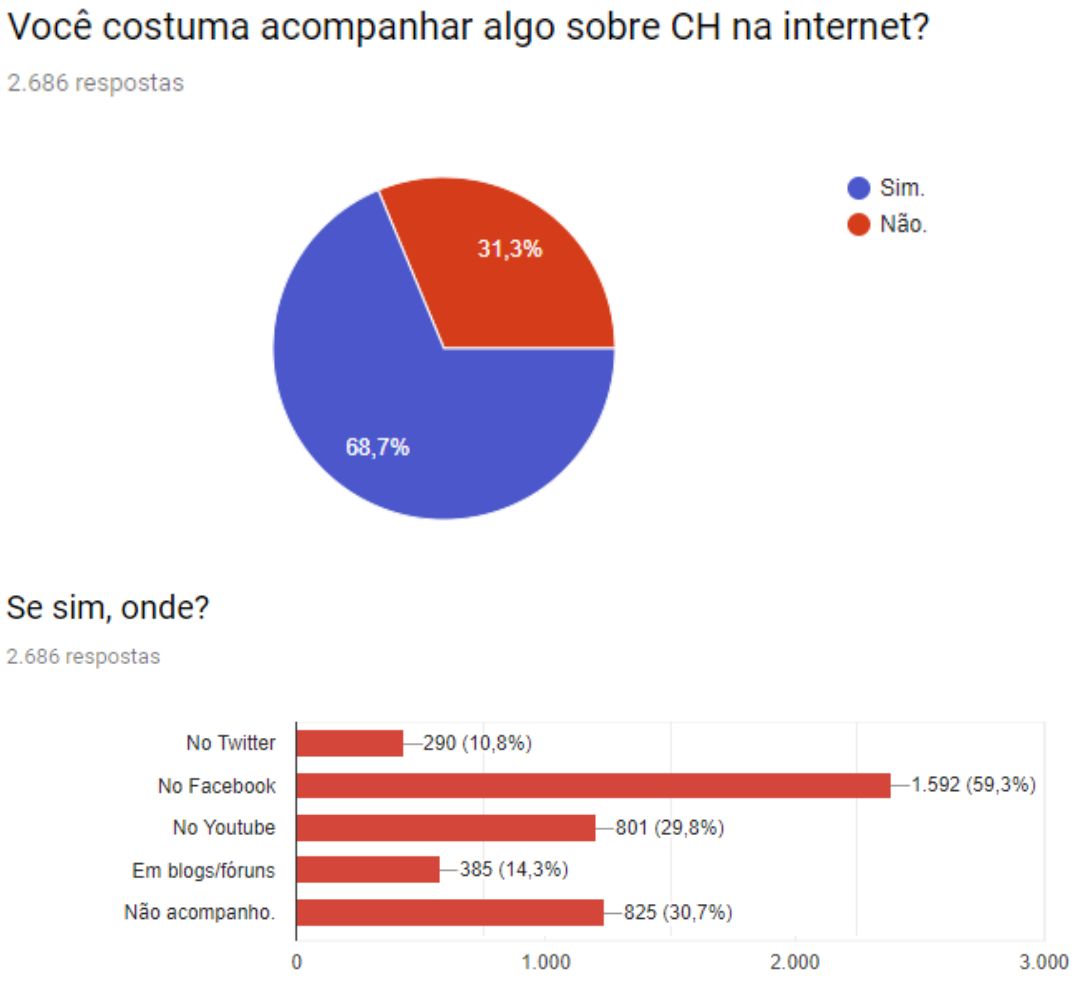


Fonte: Google Forms

Com relação à preferência entre os seriados, a maioria, representando 82,4% dos entrevistados declarou que prefere Chaves, já 36,6% declarou que prefere

Chapolin Colorado, enquanto 3% se declarou como não preferindo nenhum dos dois. É válido ressaltar que seria provável que essa preferência se dê pelo fato de Chaves ser muito mais presente na grade de programação do SBT ao longo dos anos se comparado com Chapolin Colorado, tornando-o mais acessível ao público, visto que, como mostrado nas respostas do gráfico seguinte, 96,1% das pessoas conheceu os seriados por intermédio da televisão, sendo que 82,3% continua os assistindo pelo canal SBT, mesmo com a presença de ambos os seriados na TV a cabo, que representou 23,2% do público, e 43% pelo Youtube.

Gráficos 9 e 10 – Elaborações do questionário.

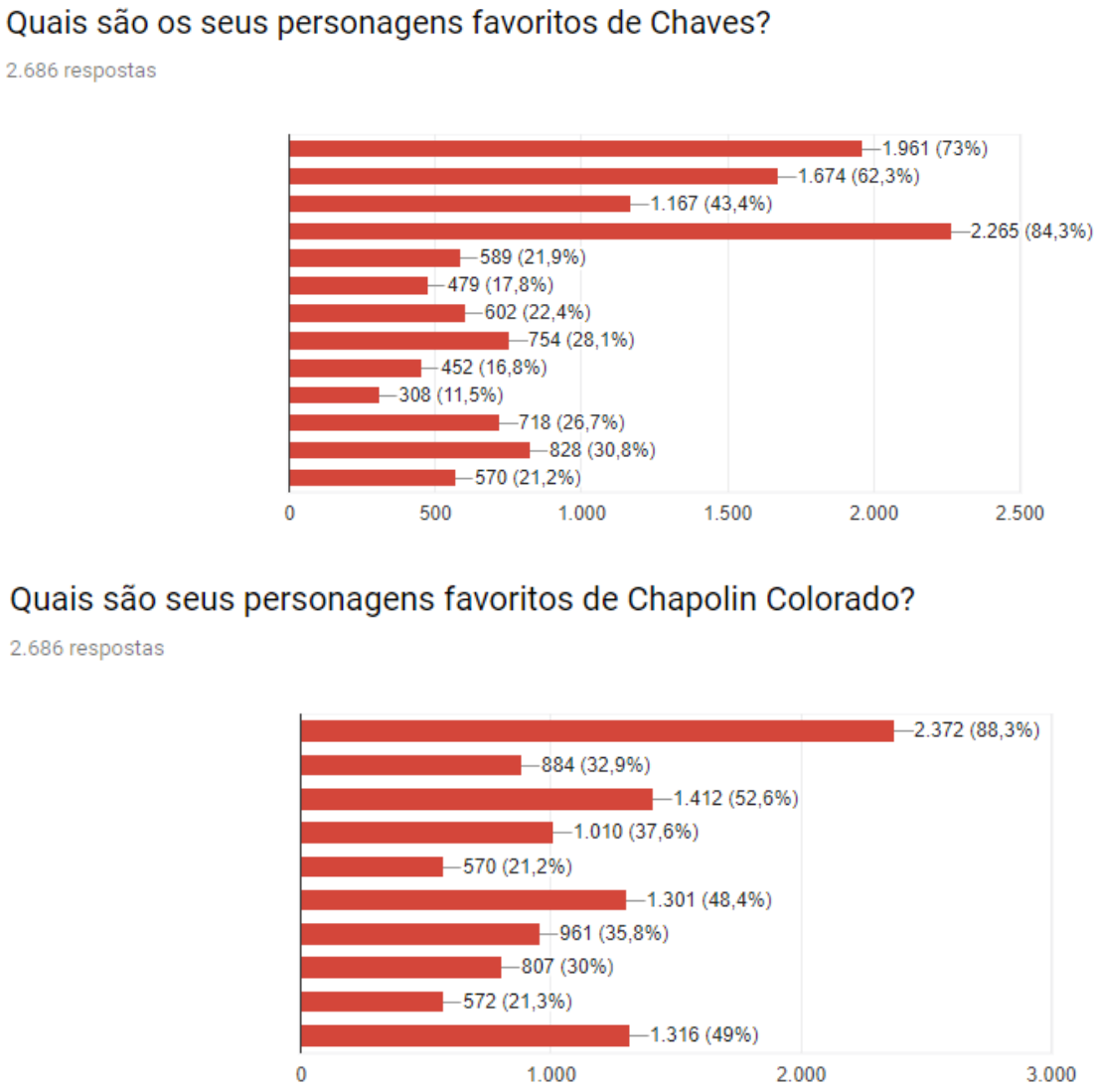


Fonte: Google Forms

Apesar de possuírem mais de 30 décadas de existência, os sucessos de Chespirito não se restringiram apenas aos episódios exibidos na televisão. Com o avanço das tecnologias o fanatismo pela série se prolongou pela internet também, vide os inúmeros *fansites* espalhados por diversos tipos de redes

sociais e blogs, um deles, conforme mencionado anteriormente, é o Fórum Chaves, que por sua vez possui perfis em todas as plataformas digitais e sendo referência em material sobre o universo CH. Fato que se comprova no resultado do questionário, visto que 68,7% dos entrevistados declarou que acompanha sim informações e outros meios de entretenimento relacionados aos seriados, sendo que 59,3% seriam no Facebook, devido ao grande número de páginas e grupos de discussão dedicados à Bolaños e suas obras, 29,8% seriam no Youtube, onde podem-se encontrar episódios, tanto comuns quanto raros, especiais para a TV, entrevistas com o elenco e etc. 14,3% frequenta blogs e fóruns de discussão sobre o assunto, 10,8% acompanha no Twitter, este sendo o melhor meio para os que desejam ficar “mais próximos” do elenco, já a sua maioria possui/possuía contas oficiais na rede social. Florinda Meza e Édgar Vivar, como visto no *tweet* mostrado anteriormente, são usuários frequentes. 30,7% dos entrevistados declarou que apesar de conhecer os seriados, não acompanha nada pela internet.

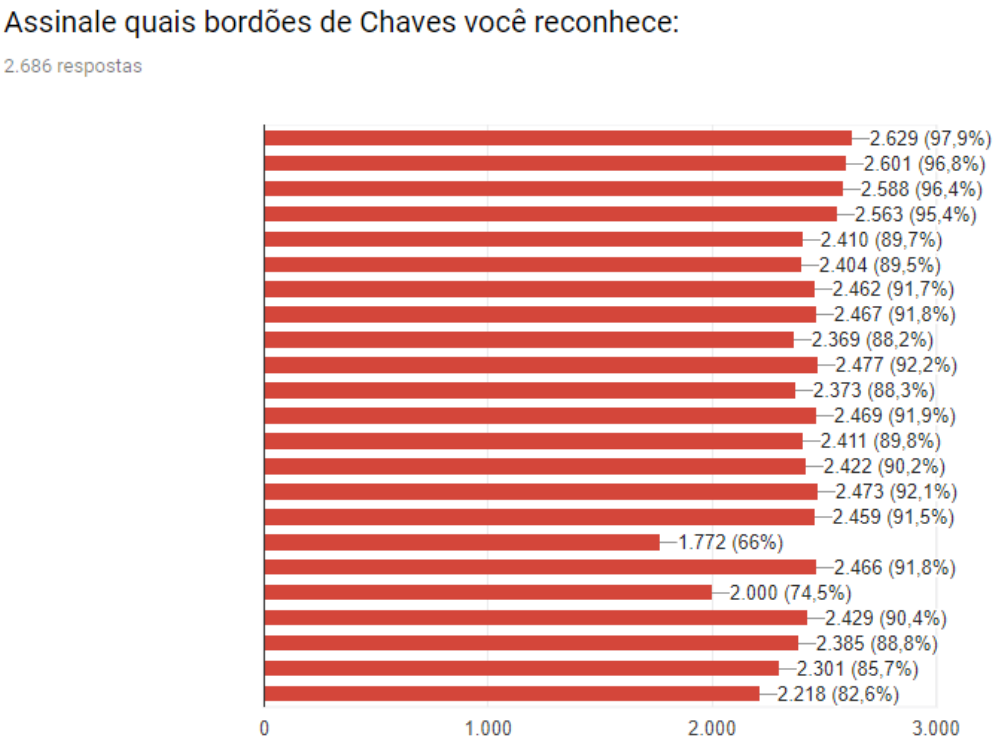
Gráficos 11 e 12 – Elaborações do questionário.

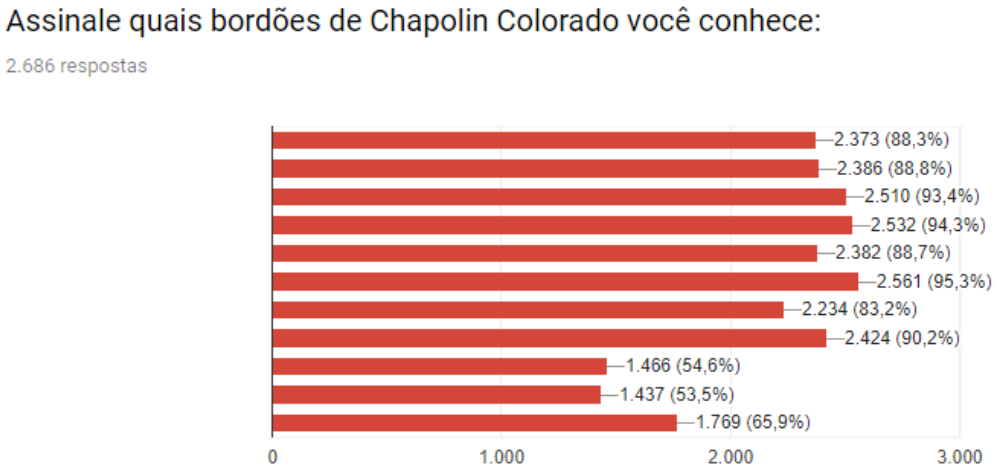


Fonte: Google Forms

No que se referem aos personagens favoritos de cada série, 84% dos entrevistados se declarou como fã de Seu Madruga, a escolha em segundo lugar foi o personagem principal, Chaves, com 73% dos votos e em terceiro, com 62,3%, Quico. Já com relação ao seriado Chapolin Colorado, 88% se declarou fã do protagonista que dá o nome a série, 52,6% se declarou como sendo fã do vilão Tripa Seca, e 49% de Dr. Chapatin, presente em inúmeras esquetes exibidas juntamente aos episódios das séries.

Gráficos 13 e 14 – Elaborações do questionário.





Fonte: Google Forms

O intuito das duas últimas questões era reforçar a teoria de que as obras de Chespirito de fato possuem um sucesso considerável com o público brasileiro, visto que caso a porcentagem de pessoas que conhecessem os inúmeros bordões de ambos os seriados, isto poderia ser incluído na base como comprovação de tal teoria. Foram colocados desde bordões mais conhecidos por serem vistos no roteiro com mais frequência, até bordões menos conhecidos pelo público em geral, estes que por sua vez ainda que fossem menores, receberam uma alta porcentagem, sendo 66% no caso de Chaves, com o bordão “o Quico ou a Chiquinha?”, dito repetidas vezes pelo protagonista no episódio “O

Castigo da Escola” (1978). Por sua vez, o bordão do seriado Chaves considerado como o mais conhecido pelos entrevistados (97,7%), seria o bordão “foi sem querer querendo”, dito pelo protagonista inúmeras vezes ao longo dos episódios, sendo repetido sempre que o mesmo pedia desculpas.

Com relação aos bordões de Chapolin Colorado, o bordão mais conhecido também é dito com frequência pelo protagonista, “não contavam com a minha astúcia!”, foi o bordão mais votado, com 95,3%, uma diferença minúscula comparada com o segundo bordão mais votado, “sigam-me os bons!”, também dito com frequência por Chapolin, e recebendo 94,3% dos votos. Já neste caso, o bordão menos votado foi “time is money!”, bordão do personagem Super Sam, porém que ainda assim recebeu uma porcentagem acima da média, obtendo 53,5% no questionário.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre o perfil de público por meio de uma pesquisa de campo, apresentando nele uma variável, pois apesar de se tratarem de seriados voltados ao público infantil, ao longo dos anos ele vem sendo majoritamente consumido por um público adulto. Fato que se dá também devido a soma de ideias provenientes de diversos autores, constatando e tornando evidente a aprovação do público em geral até os dias de hoje.

Ao se analisar a tipologia dos personagens, apontam-se elementos que vão além do humor como sendo um fator resultante para a identificação do público. Estes fatores se dão desde a personalidade dos personagens, fatores sociais, econômicos e culturais também servem de exemplo de identificação: a simplicidade da vila dos moradores da série Chaves, a situação de vivência que se assemelha a da grande maioria da população brasileira que vive com uma baixa renda, o exemplo utilizado como a personalidade do Seu Madruga, que em muito se assemelha com o típico malandro carioca, os valores apresentados em Chapolin Colorado e sua personalidade, que vai totalmente contra o estereótipo dos super-herois norte-americanos, dentre outros fatores apresentados que resultam em aproximar o espectador do enredo apresentado pelas séries.

O resultado apresentado por meio do questionário quali-quantitativo pôde comprovar que as obras do Chespirito continuam sendo um sucesso no país inteiro, que o público continua consumindo os produtos e se considerando assumidamente fã dos seriados e por sua vez acompanhando tudo o que envolve o universo CH online e off-line.

Neste sentido, a utilização de recursos digitais teve a finalidade de prorrogar a fórmula do sucesso dos seriados, de modo a facilitar a distribuição não só material, mas também afetiva de algo que faz parte da história de muitos brasileiros, de geração em geração.

A proposta humorística idealizada por Bolaños foi disseminada pela América Latina e pelo mundo. Com seus traços culturais memoráveis, a série superou

audiências de “enlatados norte-americanos”. O cenário que, para muitos era rudimentar, diferentemente de muitos seriados aclamados pela crítica e pelo público, ganhou uma acepção na visão de sociólogos e psicólogos. O figurino ganhou personalidade, os diálogos brincavam com o imaginário do público, todos sorriam das mesmas piadas, resultando indiretamente no sucesso das emissoras. Todos saíram lucrando, porém, o público de Chaves lucrou muito mais. Suas casas foram “invadidas” por uma grandiosidade de valores, não monetários, mas humanos. Valores estes que se conectavam com a inocência e ingenuidade do programa. Valores que sem dúvida fizeram parte da formação de muitos espectadores ao longo de sua história.

REFERÊNCIAS

ABI, André; MORALES, Júlia; GOULART, Luíza. **O Fenômeno Chaves.** Revista Eclética, 2002. Disponível em: <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/media/8%20-%20o%20fen%C3%B4meno%20chaves.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2018

BORELLI, Sílvia. ***TELENOVELAS BRASILEIRAS: Produção, Flexibilidade Narrativa, Recepção.*** 2011

BRAUNE, Bia; RIXA. **Almanaque da Tv**. Ed. Ediouro, 2000.

CANAL NOSTALGIA. ***CHESPIRITO (Criador de CHAVES e CHAPOLIN): Nostalgia***. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ws4qIH8q4cE> Acesso em: 24 fev. 2018

CANAL NOSTALGIA. ***SILVIO SANTOS: Nostalgia***. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YJcND-d2eqI> Acesso em: 24 fev. 2018

DeFLEUR, M.J; BALL-ROCEACH, S. **Teorias da comunicação de massa**. 5. Ed.
Rio de Janeiro: Ed.Jorge Zahar, 1993.

GERHARDT, Tatiana. **MÉTODOS DE PESQUISA.** UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> Acesso em: 12 maio 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1994.

JOLY, Luís; FRANCO, Paulo. **Chaves - foi sem querer querendo.** Ed. Matrix. 2010.

KASCHENER, Pablo. **Chaves de um Sucesso.** Ed. SENAC Rio. 2006

LIMA, Luís Costa. **Teoria da Cultura de Massa.** Ed. Paz Terra. 1978.

MACHADO, Arlindo. ***Televisão levada a sério***. S. Paulo: SENAC, 2002.

MARANGON, Frederico. **MÍDIA, CULTURA DE MASSA E CULTURA LOCAL: Conflitos Culturais.** 2013

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia.** Editora UFRJ, 1997.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização - do pensamento único à consciência universal**. São Pauto: Record, 2000.

SILVA, Arlindo. **A fantástica história de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 2000

TAMBONI, Maurício. ***Chaves - A História Oficial Ilustrada***. Ed. Universo dos Livros, 2012.

THULER, Fernando; JOLY, Luís; FRANCO, Paulo. ***Chaves: Foi Sem Querer Querendo?*** Ed. Matrix, 2010.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.